

دیپلماسی فرهنگی

سید رضا صالحی امیری
سعید محمدی

دیپلماسی فرهنگی

سرشناسه: صالحی امیری، رضا، ۱۳۴۰
عنوان و نام پدیدآور: دیپلماسی فرهنگی / رضا صالحی‌امیری، سعید محمدی.
مشخصات نشر: تهران: ققنوس، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری: ۴۲۸ ص.
شابک: 978-964-311-839-6
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
موضوع: روابط بین‌المللی و فرهنگ
موضوع: ارتباط میان‌فرهنگی
رده‌بندی کنگره: ۱۳۸۹ ۹د۲ص/JZ۱۲۵۱
رده‌بندی دیویی: ۳۲۷/۱۷
شماره کتابشناسی ملی: ۲۰۹۱۹۲۴

دیپلماسی فرهنگی

سید رضا صالحی امیری

سعید محمدی





انتشارات ققنوس

تهران، خیابان انقلاب، خیابان شهدای ژاندارمری،
شمارهٔ ۱۰۷، تلفن ۴۰ ۸۶ ۴۰ ۶۶

* * *

سید رضا صالحی امیری

سعید محمدی

دیپلماسی فرهنگی

چاپ اول

۱۶۵۰ نسخه

پاییز ۱۳۸۹

چاپ شمشاد

شابک: ۶ - ۸۳۹ - ۳۱۱ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 311 - 839 - 6

www.qoqnoos.ir

Printed in Iran

۸۵۰۰ تومان

فهرست

مقدمه ۷

۱. کلیات، مفاهیم و مبانی (دیپلماسی فرهنگی) ۱۱

تعریف و مفهوم فرهنگ ۱۱

تبادل و گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها ۲۹

تغییر و تحولات فرهنگی ۴۴

جهانی شدن فرهنگ، فرهنگ جهانی و هویت ۴۹

تبادل فرهنگی ۶۹

جایگاه فرهنگ در سیاست خارجی و روابط بین‌المللی ۹۷

دیپلماسی فرهنگی ۱۰۸

روابط فرهنگی بین‌المللی ۱۴۰

ارتباطات میان فرهنگی و بین‌المللی ۱۵۰

صنعت و صنایع فرهنگی ۱۶۰

اقتصاد فرهنگ در عصر جهانی‌شدن ۱۶۶

سرمایه فرهنگی ۱۶۸

سیاست فرهنگی ۱۶۹

امپریالیسم فرهنگی ۱۷۴

تنوع (تکثر) فرهنگی و جغرافیای فرهنگی ۱۸۰

مبانی سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی ۲۱۷

شاخص‌های فرهنگی ۲۲۶

۲. دیپلماسی فرهنگی، جهانی‌شدن (نظریه و رویکردها) ۲۳۷
جامعه شبکه‌ای............................... ۲۳۸
نظریهٔ ساخت‌یابی (ساختاربندی) گیدنز ۲۵۸
فرهنگ در نظریهٔ نظام جهانی امانوئل والرشتاین............ ۲۶۵
فرهنگ از نظر پارسونز.......................... ۲۷۳
سازه‌گرایی در روابط بین‌الملل ۲۷۸
توسعه فرهنگی در عصر جهانی شدن ۲۸۷
۳. نهادهای فرهنگی بین‌المللی و مناسبات فرهنگی ۳۱۱
یونسکو ۳۱۱
آیسیسکو ۳۱۷
شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی(INCP)................ ۳۲۱
مؤسسه فرهنگی اکو............................. ۳۲۳
سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی ۳۲۷
۴. مدیریت فرهنگی در حوزهٔ دیپلماسی فرهنگی ۳۴۷
برنامه‌ریزی فرهنگی در حوزه دیپلماسی فرهنگی ۳۶۰
مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزهٔ دیپلماسی فرهنگی . ۳۷۳
۵. مدلی برای دیپلماسی فرهنگی و راهبردها............ ۳۸۹
مدل دیپلماسی فرهنگی........................... ۳۸۹
راهبردهای کلان و عملیاتی برای موفقیت دیپلماسی فرهنگی ۴۰۶
فهرست منابع ۴۱۵

مقدمه

مفروض اصلی کتاب دیپلماسی فرهنگی بر این پایه قرار دارد که از میان عناصر و مؤلفه‌های موثر در سیاست خارجی کشورها (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی) هیچ کدام به اندازه عامل فرهنگی پایدارتر و تاثیرگذارتر از دیپلماسی فرهنگی نیست. به اعتقاد نویسندگان کتاب، اهداف و منافع ملی می‌تواند با به‌کارگیری سرمایه فرهنگی به بزرگ‌ترین ظرفیت و فرصت ملی و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران تبدیل گردد و هیچ ظرفیتی نمی‌تواند به اندازه دیپلماسی فرهنگی برای تعامل اثربخش با جهان امروز کارآمد باشد.

از منظر تئوریک می‌توان اذعان داشت که اساساً منظور از دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، آگاهی، مشارکت و تأثیر بر افکار عمومی نهادها، سازمان‌ها و دولت‌های سایر کشورهاست. در این فرایند، فرهنگ یک ملت به جهان بیرون عرضه می‌شود و خصوصیات خاص فرهنگی ملت‌ها در سطوح دوجانبه و چندجانبه تبادل می‌یابند. بنابراین یکی از حساس‌ترین مسائل مدیریت استراتژیک فرهنگی مکانیسم به‌کارگیری ابزار و ظرفیت‌های فرهنگی برای تاثیر بر افکار عمومی و دولت‌های سایر کشورها می‌باشد.

تلاش این نوشتار بر آن است تا با تبیین جایگاه و ابعاد دیپلماسی فرهنگی این مهم را خاطرنشان سازد که علاوه بر ارتباطات فرهنگی ــ که در سطح دولت‌های

مدرن مطرح است ــ نباید دیپلماسی فرهنگی را در سطح رسمی میان دولت‌ها محصور کرد. عرصه دیپلماسی عمومی فرهنگی باعث می‌شود که فرهنگ و اندیشه فرهنگی نظام، که در عرصه‌های مختلف نظری، سیاستگذاری، تصمیم‌گیری و الگوهای رفتاری دولت جلوه‌گر است، به افکار عمومی جهانیان منعکس و جایگاه و منزلت واقعی خود را در نظام بین‌المللی پیدا نماید. در غیر این صورت با تصویر ناصحیح عملاً عرصه به نفع تبیین‌های ناصحیح و گاه ناشایست از نظام فرهنگی تغییر یافته و زمینه را برای شکل‌گیری نوعی اجماع و توافق جهانی علیه فرهنگ و تمدن غنی کشور فراهم می‌آورد.

به دلیل پایداری و اثربخشی بلندمدت دیپلماسی فرهنگی درک حساسیت، سرمایه‌گذاری و سیاستگذاری در این حوزه برای متولیان امر بسیار ضروری به نظر می‌رسد. مهم‌ترین الزامات این حوزه آموزش و تربیت نیروی انسانی کارآمد و آشنا به مبانی و تحولات فرهنگی و مسلط به اصول و زبان گفتگو در نظام جهانی است. لازم به ذکر است که نگارش این کتاب ضمن داشتن محدودیت‌های فراوان از ظرافت‌های خاصی نیز برخوردار است که ضرورت بازاندیشی در آن و ارائه نقد و نصایح صاحب‌نظران در این حوزه می‌تواند در چاپ بعدی راهگشای ما باشد.

به طور کلی، این کتاب در پنج فصل سازماندهی شده است. فصل اول اختصاص به کلیات دارد.در این فصل مفاهیم و مبانی فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی مورد بررسی قرار گرفته است.

در فصل دوم تحت عنوان دیپلماسی فرهنگی، جهانی شدن (نظریه و رویکردها) به تشریح دیپلماسی فرهنگی و نظریات و رویکردهای مربوط به جهانی شدن پرداخته شده است.

در فصل سوم نهادهای فرهنگی بین المللی و مناسبات فرهنگی مورد بررسی قرارگرفته‌اند. سیاست‌های فرهنگی نهادهای فرهنگی بین‌المللی مثل یونسکو در این فصل مورد واکاوی قرار گرفته‌اند.

در فصل چهارم بحث مهم «مدیریت فرهنگی در حوزه دیپلماسی فرهنگی» مورد بررسی قرار گرفته است. در این فصل بحث مربوط به مدیریت، گستره و زوایای مختلف علم مدیریت در جهان متغیر امروزی، مدیریت فرهنگی و مدیریت در گستره تنوع و تفاوت‌های فرهنگی جهان مورد بررسی قرار گرفته است.

در فصل پنجم «مدلی برای دیپلماسی فرهنگی و راهبردها» ارائه شده است. در این فصل برای تدوین مدلی برای دیپلماسی فرهنگی، شاخص‌های تحقق دیپلماسی فرهنگی در هفت شاخص عناصر مشترک (قرابت‌های فرهنگی) جغرافیای فرهنگی، ظرفیت‌های فرهنگی، تکنولوژی ارتباطات، دیپلماسی یا ارتباطات غیررسمی، دیپلماسی یا ارتباطات رسمی فرهنگی، سازمان‌های بین‌المللی فرهنگی مطرح و مدل مربوطه طراحی شده است و در پایان راهبردهای کلان و عملیاتی برای موفقیت دیپلماسی فرهنگی مطرح شده است.

در خاتمه جا دارد از کلیه عزیزانی که در کلیه مراحل تهیه این کتاب ما را یاری کردند نهایت تشکر و قدردانی را بنماییم. بی‌شک کلیه نواقص و کاستی‌های کتاب بر عهده نویسندگان است و پیشاپیش از نظرات و انتقادات سازنده صاحب‌نظران و اساتید محترم استقبال و قدردانی می‌نماییم.

بهار ۱۳۸۹
سیدرضا صالحی امیری
سعید محمدی

۱

کلیات، مفاهیم و مبانی (دیپلماسی فرهنگی)

تعریف و مفهوم فرهنگ

گفتگو در باب فرهنگ، دامنه‌ای بس گسترده دارد. تعاریف فرهنگ و بررسی آن‌ها نه آسان است و نه در این نوشتار می‌گنجد. به ناچار و به اقتضای موضوع، از میان همهٔ آن‌ها به چند مورد اشاره و در بارهٔ آن‌ها بحث می‌کنیم. در گفتگو از تعاریف فرهنگ، ناگزیریم ازکلمات و عباراتی کمک بگیریم تا با دیدی تحلیلی این تعاریف را بررسی کنیم.

قصد ما از تعریف فرهنگ در این نوشتار رجحان یک مفهوم بر دیگر مفاهیم یا کشف جدید نیست، بلکه با توجه به موضوع این کتاب آن مفهوم از فرهنگ را در نظر می‌گیریم که با اندیشه و آرای جهانی بشر سازگاری بیش‌تری داشته باشد، چرا که محدودهٔ بحث ما، مبادله فرهنگ‌ها در سرتاسر جهان است.

در این مبحث به بیان دیدگاه اسلام و یونسکو و آیسیسکو در بارهٔ فرهنگ نیز خواهیم پرداخت.

فرهنگ

فرهنگ واژه‌ای فارسی و مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ» است: «فر» پیشوند و به معنای جلو، بالا، پیش آمده، و «هنگ» از ریشهٔ اوستایی «تنگا» و به معنای کشیدن،

سنگینی و وزن است. این واژه مرکب، که از نظر لغوی به معنای بالا کشیدن، برکشیدن و بیرون کشیدن است، هیچ گاه در ادبیات فارسی به مفهومی که برخاسته از ریشه کلمه باشد، نیامده است. (روح‌الامینی، ۱۳۶۸:۱۱)

اصطلاح فرهنگ در ادبیات فارسی با مفاهیم مختلف مثل دانش، حرفه و علم به‌کار رفته است. در زبان عربی، الثقافه در اصل به معنای پیروزی، تیزهوشی و مهارت بوده، سپس به معنای استعداد فراگیری علوم و صنایع و ادبیات به‌کار رفته است.

در فرانسه کولتور[1] از کلمه لاتین «کالتورا» گرفته شده است که به معنای بارور کردن (زمین)، کاری در جهت تولید، حاصلخیز کردن و عمل کاشتن (گیاه) است. در زبان آلمانی این اصطلاح به معنای پرورش باکتری‌ها و موجودات زنده بر روی مواد غذایی، کاشتن و رسیدگی کردن زمین، و سرانجام در زبان روسی این عبارت به مفهوم تعیین تأثیر انسان بر طبیعت، مشخص کردن دستاوردها و نیروهای عامل این دستاوردها به‌کار رفته است. (جعفری، ۱۳۷۹:۲۰)

فرهنگ را می‌توان رفتار ویژه نوع بشر نامید که همراه با ابزار مادی جزء لاینفک رفتار شناخته می‌شود. فرهنگ به طور مشخص از زبان، افکار، اعتقادات، سنن، قراردادها، سازمان‌ها، ابزار، روش‌های کاری، آثار هنری، مراسم مذهبی و مراسم اجتماعی تشکیل می‌شود و بقا و کارکرد آن بستگی به قابلیتی دارد که انحصاراً در اختیار انسان است. این قابلیت با تعابیری مانند استعداد و تفکر منطقی یا ذهنی شناخته می‌شود، گرچه مفهوم تفکر ذهنی به اندازهٔ کافی روشن و واضح نیست.

فرهنگ از یک سلسله روش‌ها و زمینه‌ها متأثر است که افراد یک جامعه را به هم پیوند می‌دهد و در رفتار، کردار و روابط اجتماعی آن‌ها منعکس می‌شود. ولی برای درک این تعریف باید به وابستگی عمیق ارزش‌ها و سمبل‌ها و به تغییرات مادی و نتایجی توجه کرد که این ارزش‌ها و سمبل‌ها به دنبال می‌آورند یا خود از آن‌ها زاده می‌شوند. روشن است که مفهوم گسترده و پیچیده‌ای چون فرهنگ را نمی‌توان با یک یا چند نوشته مشخص و محدودهٔ آن را به روشنی ترسیم کرد.

مفهوم فرهنگ از دیرباز در معرض تفسیرهای گوناگون و متنوع قرار گرفته است:

---

1. Culture

«دگرگونی‌های پدید آمده در مفهوم فرهنگ، به‌خصوص بر اثر گسترش نظام آموزشی و رسانه‌های همگانی یا روند جهانی شدن، دوستداران مسائل حوزه فرهنگ را در برابر وظایف تازه‌ای قرار داده است.» (پهلوان، ۱۲:۱۳۷۸)

محققان، صاحب‌نظران فرهنگ‌شناس، جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان تاکنون تعاریف یا توصیف‌های متعددی در بارهٔ شناساندن فرهنگ ارائه داده‌اند و هر کدام از آن‌ها برای شناساندن فرهنگ بر یک یا چند عنصر فرهنگی تأکید کرده‌اند. ولی هیچ کدام از این گروه‌ها و افراد به یک تعریف جامع از فرهنگ نرسیده است.

جامع‌ترین تعریفی که از فرهنگ با نظر به اکثر تعاریف به عمل آمده می‌توان ارائه داد، این است: «فرهنگ عبارت است از کیفیت یا شیوه بایسته یا شایسته برای آن دسته از فعالیت‌های حیات مادی و معنوی انسان‌ها که مستند به طرز تعقل سلیم و احساسات تصعید شده آنان در حیات معقول تکاملی باشد.» (جعفری، ۱۰:۱۳۷۹)

ریموند و ویلیامز با توجه به ماهیت و ابعاد فرهنگ، کاربردهای چهارگانه آن را به شرح ذیل بیان می‌کنند:

ـ فرآیند کلی رشد فکری، هنری و زیبایی‌شناختی که در آن کل فلسفه و اندیشه و هنر و خلاقیت یک عصر یا کشور می‌گنجد.

ـ شیوه به‌خصوص زندگی یک ملت، دوران یا گروه، شیوه‌ای از زندگی که در آن روح مشترک جامعه جلوه‌گر است.

ـ آثار و فعالیت‌های فکری و به‌ویژه هنری که بیش‌تر شامل شعر و ادبیات و هنرهای مختلف است.

ـ سیستم نشانه‌هایی که از طریق آن، نوعی نظم اجتماعی عرضه، برقرار، تجربه و جستجو می‌شود.

ادوارد برنت تایلور، انسان‌شناس انگلیسی قرن نوزدهم، در تعریف فرهنگ می‌نویسد: «مجموعه‌ای که شامل معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، تکنیک‌ها، اخلاق، قوانین، سنن و بالاخره تمام عادات و رفتارها و ضوابطی است که انسان به عنوان عضو یک جامعه آن را از جامعه خود فرا می‌گیرد و در قبال آن جامعه، تعهداتی به عهده دارد. فرهنگ در نگاه او دارای دو بعد معنوی و مادی است؛ فرهنگ معنوی شامل رسوم، اعتقادات، علوم و هنرهاست، و فرهنگ مادی شامل ابزارها و

اشیائی است که توسط انسان‌ها درگذشته ساخته شده و به دست ما رسیده است.» (بابایی، ۱۸:۱۳۸۴) گی روشه، فرهنگ را عبارت از مجموعه به هم پیوسته‌ای از اندیشه‌ها، احساسات و اعمال کم و بیش صریحی توصیف می‌کند که به وسیله اکثریت افراد گروه پذیرفته شده است و برای این‌که این افراد گروه معین و مشخصی را به وجود آورند لازم است که آن مجموعه به هم پیوسته به نحوی مراعات گردد. (نقیب‌زاده، ۱۶:۱۳۸۱)

مردم‌شناسان آنگلوساکسن بر پایه تعریف تایلور از فرهنگ، هشت ویژگی برای آن ذکر می‌کنند که نقاط اتصال آن با فرد و جامعه را مشخص می‌کند: ۱) فرهنگ محصول یادگیری و آموزش است. ۲) فرهنگ از پیرامون زیست‌محیطی، روانی و تاریخی انسان‌ها اثر می‌پذیرد. ۳) فرهنگ دارای ساخت است. ۴) فرهنگ نمادهای مختلفی به خود می‌گیرد. ۵) فرهنگ پویاست. ۶) فرهنگ در حال دگرگونی است. ۷) فرهنگ حاصل منظومه‌هایی است که امکان تحلیل علمی آن را فراهم می‌آورد. ۸) فرهنگ ابزاری است که امکان تطبیق رفتارها با نظم اجتماعی را فراهم می‌آورد. (همان:۱۹ ـ ۲۰)

ویل دورانت فرهنگ را حاصل برخورد انسان و جهان معرفی می‌کند: «فرهنگ از نظرگاه مدرن، حاصل برخورد انسان و طبیعت است.» پوپر فرهنگ را عالم سوم یعنی عالم مصنوعات می‌داند که از برخورد انسان، یعنی عالم اول، با اشیاء طبیعی یعنی عالم دوم، به وجود آمده است. در این نگاه، خدایی در کار نیست؛ موضوع فرهنگ، انسان است. (بابایی، ۲۲:۱۳۸۴)

فرهنگ از دیدگاه دایرةالمعارف بریتانیکا این گونه توصیف شده است: «فرهنگ را می‌توان در قالب ویژگی‌های رفتاری نوع بشر، همراه با دیدگاه‌های عینی و مادی مؤثر در شکل‌گیری مجموعه رفتاری او، به‌ویژه عوامل خاصی همچون زبان، عقاید، عادات، رسوم، مجموعه قوانین، نهادهای اجتماعی، ابزار، فنون، آثار هنری، آیین‌های مذهبی، مراسم و نظایر آن‌ها تعریف کرد.» (جعفری ۶۴:۱۳۷۹) در این تعریف نیز بر استعداد خاص بشر برای استفاده از ظرفیت عقلانی جهت بهره‌گیری از فرهنگ تأکید شده است. ادشاین،[1] یکی از دانشمندان علم مدیریت، در تعریف فرهنگ می‌گوید: «فرهنگ

1. Edschein

مجموعه‌ای است از اصول اساسی و راه‌حل‌های مشترک برای مشکلات جهانی تطابق بیرونی (چگونه زنده بمانیم) و انسجام درونی (چگونه کنار هم بمانیم). این مفروضات و اصول اساسی در طول زمان تکامل می‌یابند و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند.» (شنایدر، ۳۱:۱۳۷۹)

تعریف شاین، ضمن یکپارچه کردن تعاریف مختلف ارائه شده از فرهنگ، ابزاری برای کشف و درک فرهنگ نیز بیان می‌کند. بر اساس این تعریف، فرهنگ مجموعه‌ای است از رفتارها، ساخته‌ها، ارزش‌ها و باورها، نظام‌های معنا و روش‌های یادگیری مشهود و نامشهود. مثلاً هنر و معماری، نمادها و آیین‌ها که در ساخته‌های دست بشر متجلی می‌شوند، صریحاً و تلویحاً نمایانگر فرهنگ هستند. (همان:۳۳)

پیدایش مفهوم فرهنگ به این معنی است که هر جماعت یا جامعه انسانی دارای فرهنگ است. (آشوری، ۱۳۱:۱۳۷۹) فرهنگ هویت اصلی هر جامعه است که بدون شناخت آن نمی‌توان به ماهیت هیچ جامعه‌ای دست یافت. (سلیمی، ۵۰:۱۳۷۹) بنابراین، برای شناخت جوامع انسانی چاره‌ای جز شناخت نمادها و معانی پدید آمده توسط انسان‌ها نیست.

در گزارش طرح پژوهشی «تحلیل روش‌ها و شاخص‌های ارزیابی فرهنگ، هنر و ارتباطات در کشورهای مختلف جهان» که توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی صورت گرفته است، در بارهٔ فرهنگ و ابعاد آن آمده است: در مورد فرهنگ بیش از پانصد تعریف عرضه شده است، این تعاریف از ابعاد و جوانب مختلف قابل طبقه‌بندی است، همچون:

ـ ارزشی، دانشی

ـ هنری، عرفانی، علمی و تکنولوژیک

ـ فکری، ارزشی، هنجاری

به‌رغم گستردگی تعاریف مربوط به فرهنگ، وجوه مشترک این تعاریف را می‌توان به شرح ذیل تعیین کرد:

ـ فرهنگ تمامی ابعاد زندگی اعم از فردی، اجتماعی، مادی و معنوی انسان را دربرمی‌گیرد.

ـ فرهنگ هر قوم یا ملتی ویژه خود آن‌هاست که در نوع خود منحصر و یکتاست.

ـ فرهنگ امری اکتسابی، قابل انتقال و آموختنی است.

ـ فرهنگ در جامعه عهده‌دار قوام، همگرایی و یگانگی اجتماعی است.

ـ فرهنگ امری پویا و در حال تحول و دگرگونی است.

اجزا و عناصر فرهنگ بسیار گسترده و عمدتاً شامل باورها، ارزش‌ها، رفتارها، رویه‌ها، اندیشه‌ها، نگرش‌ها، ایدئولوژی‌ها، عادت‌ها، سنت‌ها، ادبیات، هنر، عقاید، زبان، احساسات ملی، ایده‌ها، آرمان‌ها، افکار، آداب و قوانین است. (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

نتایج بررسی و جمع‌بندی مطالب گردآوری‌شده در مورد واژه فرهنگ در جدول ۱ـ۱ منعکس شده است. در این جدول دیدگاه صاحب‌نظران در باره تعریف و مفهوم فرهنگ با رویکردهای متفاوت بر حسب فراوانی و درصد، طبقه‌بندی و ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود مفهوم فرهنگ به مثابه «روش کلی زندگی افراد یک جامعه» بیش‌ترین درصد فراوانی (۶۳٪) را به خود اختصاص داده است. این بدان معنی است که اکثر صاحب‌نظرانی که در بارهٔ فرهنگ صاحب دیدگاه و نظریه هستند، نسبت به میزان حضور فرهنگ در قلمروها و عرصه‌های اجتماعی از دیدگاهی جامع‌نگر برخوردارند. به سخن دیگر، فرهنگ هم مادی است هم معنوی. حدود ۱۱ درصد از صاحب‌نظران نیز فرهنگ را به مثابه «میراث اجتماعی» می‌دانند. این تعریف نیز تا حدودی به تعریف قبل نزدیک است. حدود ۷ درصد از متخصصان، فرهنگ را به مثابه «یک نظریه انسان‌شناسانه در باره چگونگی رفتار» می‌پندارند. فرهنگ به مثابه «مخزن آموخته‌ها» در مرتبهٔ چهارم، دیدگاه حدود ۴ درصد از صاحب‌نظران را به خود اختصاص می‌دهد. فرهنگ به مثابه «روش تفکر، اعتقاد و احساس» با ۳/۵ درصد در رتبهٔ پنجم و فرهنگ به مثابه «معیار تکرار عموم» با ۳ درصد در رتبهٔ ششم قرار می‌گیرند. دیگر برداشت‌ها و تعاریف مفهومی فرهنگ درصد اندکی را به خود اختصاص داده‌اند که در جدول به ترتیب فراوانی آمده است.

با توجه به دیدگاه صاحب‌نظران، همان‌طور که در جدول ۱ـ۱ آمده است، فرهنگ هم مادی است هم معنوی. فرهنگ معنوی عبارت است از عقاید، باورها،

نگرش‌ها و کلاً جهان‌بینی افراد، و فرهنگ مادی عبارت است از تجلی فرهنگ معنوی در عناصر زندگی انسان، همچون اوقات فراغت، حقوق، قانون، اقتصاد، تعلیم و تربیت، سیاست و دیگر عناصر زندگی. در تحلیل محتوای ادبیات نظری فرهنگ، با توجه به دیدگاه‌های مختلف، می‌توان فرهنگ مادی و معنوی را مانند جدول ۱ـ۱ (صفحهٔ ۱۸) منعکس نمود.

با توجه به شکل، می‌توان علت اصلی تفاوت‌های فرهنگی جوامع مختلف را در منابع شناختی و معرفتی متفاوت دانست که هر کدام از آن فرهنگ‌ها به منظور شکل‌دهی ارزش‌ها و باورهای خود از آن‌ها بهره می‌گیرند. علاوه بر این، عوامل محیطی و جغرافیایی نیز عامل مهم تنوع پوشش و عمران آن جوامع محسوب می‌شود. (ابوالقاسمی، ۱۳۸۶:۱۶۱ـ۱۷۲)

ویژگی‌های فرهنگ

هر پدیده‌ای در عالم هستی ویژگی‌هایی دارد که با آن‌ها از دیگر پدیده‌ها باز شناخته می‌شود. در مورد مقوله فرهنگ، این ویژگی‌ها عموماً به دو گروه عام و خاص تقسیم می‌شوند؛ ویژگی‌های عام، مشترک بین همهٔ فرهنگ‌ها بوده، و ویژگی‌های خاص، متناسب با جامعه و افراد، متفاوت است.

از نظر هرسکوتیس[1] فرهنگ هفت ویژگی دارد:

۱. فرهنگ «عام» ولی «خاص» است؛ فرهنگ به عنوان یک معرفت بشری عام است. همهٔ انسان‌ها برای حفظ بقا و دوام زندگی به ساختن ابزار و ادوات، فعالیت‌های تولیدی، تهیه مسکن و لباس و غذا می‌پردازند و رفتارهایی را انجام می‌دهند. همهٔ جوامع دارای نهادهای خانوادگی، نظام خویشاوندی و نظام سیاسی و قوانین و مقررات و فلسفه‌ای برای زندگی هستند. ولی با وجود تشابه در کلیات و خطوط اصلی، هر قوم و گروهی با شیوهٔ خاص خود می‌خورند، ازدواج می‌کنند و... تفاوت‌هایی در رسوم، قوانین و معتقدات و تمام جلوه‌های فرهنگی دارند.

۲. فرهنگ «متغیر» ولی «ثابت» است؛ پدیده‌های اجتماعی بنا بر مقتضیات زمان و بر اساس اختراعات، نیازها و آمد و رفت‌ها دستخوش تغییر و تحول می‌شوند. این

---

1. Hesrotis

ردیف	مفهوم و تعریف فرهنگ از منظر صاحب‌نظران	فراوانی	درصد	رویکرد صاحب‌نظران به مفهوم فرهنگ
۱	فرهنگ دربرگیرندهٔ روش کلی زندگی افراد است	۱۷۰	٪۶۳	کارکردگرایانه
۲	فرهنگ عبارت است از میراث‌اجتماعی که فرد از گروه به دست می‌آورد	۳۰	٪۱۱	کارکردگرایانه ـ تاریخی
۳	فرهنگ نظریه‌ای انسان‌شناختی است در باره چگونگی رفتار یک گروه از افراد	۲۰	٪۷	انسان‌شناسانه
۴	فرهنگ مخزن آموخته‌هاست	۱۱	٪۴	رفتارگرایانه
۵	فرهنگ عبارت است از روش تفکر احساس و اعتقاد مردم یک جامعه	۱۰	٪۳/۵	رمانتیک محور
۶	فرهنگ معیار تکرار امور است	۹	٪۳	رفتارگرایانه
۷	فرهنگ عبارت است از ذهنیت رفتار	۵	٪۱/۷	ذهنیت‌گرایانه (غیرمادی)
۸	فرهنگ عبارت است از ذهنیت رفتار	۵	٪۱/۷	هنجارگرایانه
۹	فرهنگ رفتار اکتسابی است	۴	٪۱/۵۳	رفتارگرایانه
۱۰	فرهنگ عبارت است از تکنیک مطابقت با محیط و دیگر افراد جامعه	۳	٪۱/۳	رفتارگرایانه
۱۱	فرهنگ رسوب تاریخ است	۲	٪۱/۱	تاریخ‌گرایانه
۱۲	فرهنگ غربال، نقشه و ماتریس رفتار است	۱	٪۱	کارکردگرایانه ـ نمادی‌گرایانه
	جمع	۲۷۵	٪۱۰۰	

جدول ۱ـ۱: دیدگاه صاحب‌نظران در بارهٔ تعریف فرهنگ

تغییرات در زمینه‌های فرهنگی به قدری بطیء و کند است که به آسانی نمی‌توان متوجه آن شد و از آن‌جا که زندگی فرد نیز ملازم این تغییرات بسیار بطیء است، فرهنگ تقریباً ثابت به نظر می‌رسد و به چشم نمی‌آید، ولی در عین حال در بستر زمان تغییر می‌پذیرد.

۳. پذیرش فرهنگ «اجباری» ولی «اختیاری» است؛ فرهنگ تمام حیات اجتماعی ما را در بر گرفته است، ولی به ندرت خود را آشکار می‌کند و خود را بر

افکار و معارف و اعمال ما تحمیل می‌سازد. در عین حال، انسانی که در یک جمع زندگی می‌کند، یا بچه‌ای که در محیطی متولد می‌شود، بی‌اختیار در چارچوب فرهنگ، سنن و روش‌های آن جمع قرار می‌گیرد. ولی انسان بنا بر خصوصیات جسمانی، فکری، روانی، علمی و اجتماعی که دارد یا به دست می‌آورد، در چارچوب رعایت آنچه از جامعهٔ خود آموخته است باقی نمی‌ماند و دارای اختیار است. (بابایی، ۱۳۸۴: ۳۱ - ۳۲)

۴. فرهنگ هویت دهنده است؛ فرهنگ و مواریث تاریخی یک ملت، رکن اصلی شخصیت و هویت انسانی آن ملت است.

۵. فرهنگ ذاتاً تبادل، انتقال، ترکیب و ارتباط را می‌طلبد و خواهان پیوند، رشد و تماس است.

۶. فرهنگ فراگرفتنی است و تعلیم و تربیت در جوامع انسانی بر اساس این خصیصه شکل گرفته است.

۷. فرهنگ موضوعی اجتماعی است، عادات و تجربیاتی که فرهنگ را تشکیل می‌دهند جنبهٔ انفرادی ندارند، بلکه تمام کسانی که در گروه مربوط به خود زندگی می‌کنند در آن شریکند و فشار و جبر اجتماعی ضامن بقای تحول عادات و تمایلات و تجربیات فرهنگی است.

انواع فرهنگ

فرهنگ نیز مانند زندگی انسان از دو مشخصه مادی و معنوی تشکیل می‌شود.

۱. فرهنگ مادی که محسوس، قابل اندازه‌گیری با ابزارهای کاربردی، تولیدی، فنون و دارای مقیاس‌های کمی و کیفی و علمی است؛ این نوع فرهنگ به سرعت قابل تغییر است.

۲. فرهنگ غیر مادی: پدیده‌هایی که حس نکردنی بوده و با روان آدمی سر و کار دارند و به آسانی قابل اندازه‌گیری و ارزیابی نیستند مانند اعتقادات، هنر، ضوابط خویشاوندی. این نوع فرهنگ، برخلاف فرهنگ مادی، تغییرش کند و بطیء است.

علامه محمدتقی جعفری، فرهنگ را به چهار نوع تقسیم می‌کند:

۱. فرهنگ رسوبی: عبارت است از رنگ‌آمیزی و توجیه شئون زندگی با تعدادی

قوانین و سنن ثابتهٔ نژادی و روانی خاص و محیط جغرافیایی و رگه‌های ثابت تاریخی که در برابر هرگونه تحولات، مقاومت می‌ورزند و همهٔ دگرگونی‌ها را یا به سود خود تغییر می‌دهند یا آن‌ها را حذف می‌کنند.

۲. فرهنگ بی‌مایه و بی‌رنگ: رنگ‌ها، آمیزه‌ها و توجیهاتی که به هیچ ریشهٔ اساسی و روانی و اصول ثابتی تکیه نمی‌کنند و همواره در معرض تحولات قرار می‌گیرند.

۳. فرهنگ خودمحوری یا خودهدفی پیرو: در این نوع فرهنگ، نمودها و فعالیت‌هایی که توجیه‌گر و تفسیرکنندهٔ واقعیات فرهنگی هستند، مطلوب بالذات بوده و اشباع آرمان‌های فرهنگی را به عهده می‌گیرند. این «خودهدفی» باعث می‌شود که طبیعت اصلی فرهنگ، یعنی خلاقیت و گسترش آرمان‌های زندگی در ابعاد من انسانی، راکد بماند و به جای آنکه بشر به وجود آورندهٔ دانش و تکنولوژی، اداره‌گر و توجیه‌کنندهٔ آن دو باشد، خود جزئی غیر مسئول از جریانات جبری آن دو پدیده می‌شود.

۴. فرهنگ پیشرو، پویا و هدف‌دار: این نوع فرهنگ در محاصرهٔ آن نمودها و فعالیت‌هایی که تحت تأثیر عوامل سیال زندگی و شرایط زودگذر محیط و اجتماع قرار می‌گیرند، نمی‌افتد. عامل محرک آن، واقعیات مستمر طبیعت و ابعاد اصیل انسانی است و هدف آن عبارت از آرمان‌های نسبی است که آدمی را در جاذبهٔ هدف اعلای حیات به تکاپو درمی‌آورد و تنها فرهنگی است که هیچ تمدن انسانی اصیل در گذرگاه تاریخ بدون آن به وجود نمی‌آید و تنها فرهنگی است که می‌تواند گریبان خود را از چنگال خودخواهان خودکامه رها کند، رسالت خود را انجام دهد و رسومات اخلاقی معلول ناتوانی‌های فکری جامعه را بزداید. (جعفری، ۱۳۷۷: ۱۵۷-۱۵۱)

علامه جعفری سه نوع فرهنگ اول را از جمله فرهنگ‌های پیرو می‌داند که شدیداً آسیب‌پذیر هستند و تنها فرهنگ نجات‌بخش جوامع بشری را فرهنگ پویا، هدف‌دار و پیشرو می‌داند.

از آن‌جا که محور موضوعی این کتاب به‌کارگیری فرهنگ در چارچوب مقررات، قوانین و قواعد است، ناگزیر به ارائه تعاریف از دیدگاه سازمان‌های فرهنگی در این حوزه هستیم.

یونسکو در کنفرانس جهانی مکزیکوسیتی در سال ۱۹۸۲ میلادی، در تعریف فرهنگ آورده است: کلیتی که ترکیب یافته است از خصوصیات متفاوت روحی، مادی، فکری و احساسی که شاخصهٔ یک جامعه یا یک گروه است و نه تنها هنرها و نوشتارها بلکه حالات زندگی، حقوق بنیادی انسان، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را دربرمی‌گیرد و به انسان امکان عکس‌العمل نشان دادن در مقابل خود را می‌دهد و او را به طور مشخص انسانی کرده و به او حیات عقلانی، قضاوت نقادانه و احساس تعهد اخلاقی می‌بخشد تا توان بروز خود را پیدا کند.[1]

در این تعریف فرهنگ، انسان دارای هویت عقلانی، قضاوت نقادانه و احساس تعهد اخلاقی دانسته شده و بیانگر روحیات مادی و معنوی در فرد و جامعه است. همچنین، فرهنگ شامل هنرها، نوشتارها، حالات زندگی، حقوق بنیادی انسان، نظام‌های ارزشی و سنت‌ها و باورهای فردی و جمعی می‌شود. این تعریف با توجه به موضوع و حوزه تحقیق این کتاب، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همچنین «طبق مفاد اعلامیه تعیین سیاست‌های فرهنگی یونسکو، فرهنگ، مشخصه انسان و حیات عقلایی اوست، ارزش‌ها، شیوه‌های بیانی، سنت‌ها و باورها نمودهای فرهنگ در جامعه هستند.» (آشوری، ۱۴۶:۱۳۷۹)

سازمان تربیتی، علمی و فرهنگی سازمان کنفرانس اسلامی (آیسیسکو) برای تهیه و تنظیم «استراتژی فرهنگی جهان اسلام» در توصیف فرهنگ اسلامی آورده است: «فرهنگ اسلامی دارای ابعاد برجسته‌ای است که از اسلام به‌عنوان عقیده و قانون و نیز چارچوب یک مشرب فکری و فرهنگی، مایه گرفته است. غالباً از این جنبهٔ فرهنگ اسلامی غفلت می‌شود، حال آنکه اسلام، بافت منسجم و یکدستی از همه این عناصر است؛ جدا کردن آن‌ها از یکدیگر یا حذف هر یک از آن‌ها از عرصه اسلام، دشوار است. اسلام، فرد مسلمان را به پذیرش مسئولیت جانشینی خدا فراخوانده است و احکامی برای وی وضع کرده که از رفتارهای ناشایست ممانعت کند، او را به رفتارهای اجتماعی همسو با اسلام رهنمون ساخته و آداب و رفتار شایسته از آن جمله، محبت، مشورت، همفکری، تأمین اجتماعی و اقتصادی را در محیط خانواده و جامعه برایش روشن ساخته است.» (مقدس، ۱۳۸۰: ۴۳ ـ ۴۴)

---

1. World Conference of Cultural Politics-mexicocity-1982-press unesco-1982-p. 22.

کمیته برنامه‌ریزی بخش فرهنگ و هنر دولت جمهوری اسلامی ایران نیز در اولین برنامه پنج‌ساله خود، فرهنگ را چنین تعریف کرده است: «کلیت هم‌تافته باورها، ارزش‌ها، آرمان‌ها، دانش‌ها، هنرها، فنون، آداب و اعمال جامعه و مشخص کننده ساخت و تحول کیفیت زندگی.»

با توجه به تعاریف ذکر شده می‌توان گفت فرهنگ ویژه رفتار انسان، از گذشتگان به ارث رسیده یا از دیگران آموخته می‌شود، شیوه زندگی در هر یک از امور تجربی، عقلانی و نفسانی، عامل هویت‌دهی به جوامع و هویت‌بخشی عقلایی به انسان از اشتراکات و نقاط کلی تعاریف فرهنگ است.

از آن‌جا که سیاست فرهنگی و استراتژی‌های فرهنگی هر کشور از چگونگی نگاه و برداشت نهاد قانونی یعنی حکومت آن کشور نشئت می‌گیرد، لذا در این کتاب، منظور از تعریف فرهنگ، تأکید ما بر تعریف کمیته برنامه‌ریزی بخش فرهنگ و هنر دولت جمهوری اسلامی ایران خواهد بود.

امنیت فرهنگی

امنیت فرهنگی مهم‌ترین بُعد امنیت ملی است و زمانی ایجاد می‌شود که مردم در شیوه زندگی و آداب و رسوم خود احساس تزلزل و سستی نکنند.

امنیت فرهنگی عبارت است از ایجاد وضعیتی مطمئن، آرامش‌بخش و خالی از هرگونه تهدید و تعرض در انسان، نسبت به دین، افکار و اخلاق، آداب و رسوم، باورها، ارزش‌ها، میراث فرهنگی، آثار ادبی و... به عبارت دیگر، مصونیت فرهنگ فرد و جامعه از هرگونه تعرض و تهدید را امنیت فرهنگی می‌نامند.

بر اساس این تعریف، امنیت فرهنگی در معنای عینی، فقدان تهدید میراث فرهنگی و آثار و ارزش‌های کسب‌شده است و در معنای ذهنی، فقدان ترس از هجمه‌ها و حمله‌هایی است که ارزش‌ها، آداب، رسوم، اعتقادات و باورها را در معرض استحاله و نابودی قرار می‌دهند.

زمانی که امنیت را بستر رشد، بالندگی و شکوفایی فرهنگ بدانیم و فرهنگ را نیز بستر کمال، تعالی و خوشبختی انسان به شمار آوریم، تا اندازه‌ای به ارزش امنیت فرهنگی پی برده‌ایم.

برای این‌که نقش و ارزش فرهنگ را برجسته‌تر و گویاتر ارائه بدهیم، به بخشی از جنبه‌های ارزشمندی فرهنگ از نگاه برجستگان معاصر همچون امام خمینی(ره) و علامه مطهری اشاره می‌کنیم.

امام خمینی(ره) می‌فرماید: «بی‌شک، بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را شکل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه در بُعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ، پوک و میان‌تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ مخالف باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد. استقلال و موجودیت هر جامعه از استقلال فرهنگ آن نشئت می‌گیرد و ساده‌اندیشی است که گمان شود با وابستگی فرهنگی استقلال در ابعاد دیگر یا یکی از آن‌ها امکانپذیر است، بی‌جهت و اتفاقی نیست که هدف اصلی استعمارگران که در رأس تمام اهداف آنان است، هجوم به فرهنگ جوامع زیر سلطه است.» (امام خمینی(ره)، ۱۳۶۰/۶/۳۱، صحیفه نور، ج ۱۵: ۱۶۰)

فرهنگی تلقی کردن انقلاب، فرهنگ را منشأ همه خوشبختی‌ها و بدبختی‌های یک ملت دانستن، شروع استقلال از استقلال فرهنگی موارد دیگری است که نشان می‌دهد در نگاه امام(ره) فرهنگ اصالت دارد.

شهید بزرگوار استاد مطهری، نقش فرهنگ را در پیشرفت جوامع و تمدن بشری مورد بحث قرار داده است و می‌فرماید: «...پیامبران در گذشته اساسی‌ترین نقش‌ها را در اصلاح و بهبود و پیشرفت جوامع داشته‌اند. تمدن بشر دو جنبه دارد: مادی و معنوی. جنبه مادی تمدن، جنبه فنی و صنعتی آن است که دوره به دوره تکامل یافته است و به امروز رسیده است. جنبه معنوی تمدن مربوط به روابط انسانی انسان‌هاست. جنبه معنوی، مرهون تعالیم پیامبران است و در پرتو این جنبه از تمدن است که جنبه‌های مادی آن نیز مجال رشد می‌یابد. علی هذا، نقش پیامبران در تکامل جنبه معنوی تمدن به طور مستقیم است و در تکامل جنبه مادی به صورت غیر مستقیم.»

فرهنگ ملی

هر سرزمین دارای ویژگی‌های خاص خود است و هویت مردم آن سرزمین، تحت تأثیر عناصر تاریخی، جغرافیایی، مذهبی، عقیدتی و کلیه خصوصیاتی که منحصر به آن سرزمین است، شکل می‌گیرد.

فرهنگ ملی از پایه‌های استقلال ملی و از عناصر انسجام‌بخش است و بر مردم هر جامعه است که از فرهنگ خود، همانند سرزمین خود دفاع کنند.

در طراحی برنامه‌های توسعه آنچه اهمیت دارد توجه به هویت‌های ملی است. هیچ الگوی توسعه وارداتی را نمی‌توان به‌کار برد، یا آن را تحمیل کرد، مگر آن‌که با ویژگی‌های محلی، منطقه‌ای و ملی هماهنگی داشته باشد.

توسعه واقعی بدون توجه به ابعاد فرهنگ ملی و احترام بـه هـویت فـرهنگی ملت‌ها تحقق نخواهد یافت. همان‌طور که ریموند شاسله می‌گوید: «تأکید بر هویت فرهنگ ملی، شرط لازم حاکمیت، استقلال، شکوفایی توانایی فردی و جـمعی و توسعه هماهنگ جامعه است؛ اقدامـی است رهـایی‌بخش، اسـلحه‌ای است بـرای مبارزه جهت نیل به استقلال واقعی و تأکیدی است بر حفظ هویت فرهنگی یا رد هرگونه تقلید (برون‌گرایی). روشی است برای کنار گذاردن شیوه‌های فکری و عملی از سنت‌ها، حفظ تاریخ و ارزش‌های اخلاقی و حفظ میراث نیاکان بدون سنت‌گرایی، گذشته‌گرایی، خروج از بی‌تحرکی و انزوا. هویت فرهنگی در ارتباط و تـماس بـا سنت‌ها و ارزش‌های ملل دیگر است کـه نـو و غـنی مـی‌شود و امکـان تـعالی و شکوفایی انسان را افزایش می‌دهد.»

بنا بر این تعریف، تـوسعه و حـفظ دسـتاوردهای فـرهنگی مـنطقه‌ای و مـلی ضرورت تام دارد، چرا که دستاوردهای فرهنگی، مطمئن‌ترین ضامن توسعه مستقل است؛ هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و قوه خلاقیت و آگاهی مردم را نسبت به میراث فرهنگی افزایش می‌دهد.

بدون شک، فرهنگ روح همبستگی و تداوم حیات معنوی و وجدان عمومی ملل و اقوام است. نقش مؤثر و بنیادی فرهنگ در کلیه عرصه‌های زیستی و فکری بشر چشم‌اندازی جدید در حوزه‌های ذهنی و عینی ایجاد کرده است. فرهنگ بستر بازتعریف، بازیابی و تکامل همه توانایی‌ها، ارزش‌ها، هویت‌ها، باورها، هنجارها، سنت‌ها، اسطوره‌ها و نمادهای بشری است.

در عصر جهانی شدن که بسیاری از مرزهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی درنوردیده شده است، مباحث فرهنگی همچنان با حفظ جایگاه برجسته خود در کانون توجه اندیشمندان و صاحب‌نظران این حوزه قرار دارند. لذا برای ورود به عرصه جهانی، الزاماً باید محیط سه‌گانه فرهنگی خود را که شامل فرهنگ دینی، ملی و جهانی است، کاملاً شناخت. چرا که بدون شناخت مفاهیم، اندیشه‌ها و نظریه‌های فرهنگی متنوع و گسترده در جهان امروز، نمی‌توان تحولات فرهنگی را به نحوی منطقی و واقع‌بینانه درک کرد.

فرهنگ و تمدن

واژهٔ تمدن، عربی و از ریشهٔ مدن و به معنی دارا بودن اخلاق و آداب، اهل شهر (مدینه) است. «در مفاهیم و اصطلاحات علوم اجتماعی واژه تمدن معادل اصطلاح 'سیویلیزاسیون'[1] به‌کار می‌رود.» (روح‌الامینی، ۴۸:۱۳۶۸) به عبارتی کلمه تمدن در تأکید بر دو بُعد، روحی و اخلاقی (جنبه‌های معنوی و فرهنگی) و مادی (نمودهای شهرنشینی) معنی پیدا می‌کند.

تمدن پدیده‌ای اجتماعی است. تمدن و تحولات آن از تاریخ تحولات بشری جدا نیست. بشر در طول تاریخ اجتماعی خود به پیشرفت‌های مهمی در کشف رازهای طبیعت و بنا نهادن صُوَر تکامل‌یافته‌ای در قالب‌ها، بنیان‌ها، نهادها و سازمان‌ها نائل آمده است که هر کدام خاص تمدن بشری در دوره معینی از تاریخ است. از آن‌جا که اکثر مواقع دو واژه فرهنگ و تمدن یکسان شمرده می‌شوند و به جای یکدیگر به‌کار می‌روند، پرداختن به تفاوت‌های این دو واژه اهمیت ویژه‌ای دارد.

«تمدن عبارت از مجموعه اندوخته‌ها و ساخته‌ها در طول تاریخ، و فرهنگ عبارت از مجموعه ساخته‌های معنوی یک قوم یا نژاد یا ملت خاص در طول تاریخ است. وجه معنوی تمدن را فرهنگ گویند. تمدن منسوب به بشریت است ولی فرهنگ خاص یک قوم است.» (دریایی، ۱۵۴:۱۳۷۷)

ژان ژاک روسو در تعریف متعالی خود، ظهور فرهنگ را همزاد عقل بشر می‌پندارد. وی معتقد است منشأ فرهنگ را بایستی در قابلیت انسان در تکامل

1. Civilization

خویش جستجو کرد. به نظر وی، در این فراگرد [تکاملی]، سه گذار به موازات هم صورت می‌پذیرد: اول، گذار از حیوانیت به انسانیت؛ دوم، گذار از عاطفه به عقل؛ سوم، گذار از طبیعت[1] به فرهنگ. این سه دگرگونی به نظر روسو، در نهایت ماهیت جدید انسان متمدن را می‌سازد و به نضج برداشت جدید انسان و مناسباتش با همنوعان خود می‌انجامد. (معینی، ۷:۱۳۷۴)

ماکس وبر، جامعه‌شناس آلمانی، بین فرهنگ و تمدن با فراگرد توسعه اجتماعی رابطه‌ای متفاوت برقرار کرد. در نظر او پویایی تمدن ضرورتاً از یک صعود خطی و پیشرفت مداوم حکایت می‌کند و از این رو تمدن با مفهوم ترقی ملازمت دارد، اما فرهنگ زنجیره‌ای از رویدادهاست، زنجیره‌ای که هر یک از حلقه‌هایش منطق خاص خود را دارد. (همان:۶۵)

ادوارد تایلر، کلمات فرهنگ و تمدن را مترادف یکدیگر به‌کار برده و در تعریف آن‌ها آورده است: «کلمه فرهنگ یا تمدن به معنای وسیع کلمه که مردم شناسان به‌کار می‌برند، عبارت از ترکیب پیچیده‌ای شامل علوم، اعتقادات و هنرها، اخلاق، قوانین، آداب و رسوم، عادات و اعمال دیگری است، که انسان آن‌ها را در جامعهٔ خود به دست می‌آورد.» (روح‌الامینی، ۴۸:۱۳۶۸)

«مفاهیم فرهنگ و تمدن به قدری به هم گره خورده است که مشکل می‌توان بین آن‌ها خط مشخص کشید. تمدن، تبلور و به عبارت دیگر، شکل نهایی فرهنگ است.» (سنایی، ۸:۱۳۸۴)

تمدن مربوط به دوره‌ای می‌شود که انسان زندگی شهرنشینی را آغاز کرده باشد و کلیه ارتباطات فردی و اجتماعی شکل تازه‌ای به خود گرفته باشد. «کروبر، فرهنگ را با ارزش‌های اجتماعی و تمدن را با واقعیت‌های اجتماعی مرتبط می‌داند.» (روح‌الامینی، ۴۹:۱۳۶۸)

هرسکوتیس در تعریف تمدن می‌نویسد: «تمدن عبارت است از مجموعه دانش‌ها، هنرها، فنون و آداب و سنن، تأسیسات و نهادهای اجتماعی که در پرتو ابداعات و اختراعات و فعالیت‌های افراد و گروه‌های انسانی طی قرون و اعصار گذشته توسعه و تکامل یافته و در تمام قسمت‌های یک جامعه و یا چند جامعه که با

---

1. Nature

هم ارتباط دارند، رایج است. مثل تمدن مصر، تمدن یونان، تمدن ایران که هر کدام دارای ویژگی‌هایی است که به عوامل جغرافیایی، تاریخی و تکنیکی خاص خود بستگی دارد.» (همان:۴۹)

«تمدن محصول و عصاره اندیشه آدمی و آفریده اراده و خواست اوست. پیدایش و تکامل هر تمدنی بر پایه نیاز انسان‌هاست و بقای هر تمدنی در گرو میزان توانایی آن در حل مشکلات و مسائل جامعه انسانی است.» (سیدی، ۱۶۸:۱۳۷۷)

ویل دورانت بین فرهنگ و تمدن مرز مشخصی قائل است. بدین معنی که اندیشه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی جوامع را وقتی در شمار تمدن می‌آورد که شهرنشینی تشکیل یافته باشد. ولی تمدن را عبارت از نظم اجتماعی می‌داند که با وجود آن، خلاقیت فرهنگی امکانپذیر می‌شود و جریان پیدا می‌کند. «به نظر ویل دورانت، در تمدن چهار رکن و عنصر اساسی قابل تشخیص است: ۱. پیش‌بینی و احتیاط امور اقتصادی، ۲. سازمان سیاسی، ۳. سنن اخلاقی، ۴. کوشش در راه معرفت و بسط هنر.» (روح‌الامینی، ۵۱:۱۳۶۸)

به گفته ادوارد تی. هال[1] «فرهنگ وسیله‌ای است که بشر جهت ادامه حیات خویش به آن تکامل بخشیده است. در زندگی ما هیچ چیز از تأثیرات فرهنگی عاری نیست. فرهنگ سنگ بنای تمدن است و وسیله‌ای است که همه حوادث زندگی باید از طریق آن جریان یابد.» (لاری ا. سماور، ۵۵:۱۳۷۹)

بین فرهنگ و تمدن تفاوت ظریفی وجود دارد. تمدن بستری است که فرهنگ در درون آن حرکت می‌کند، می‌بالد و در حقیقت اثر می‌گذارد و شکل و محتوای زندگی فردی و اجتماعی انسان را می‌سازد؛ چه بسا جامعه یا جوامعی دارای فرهنگ غنی و والایی باشند، اما از تمدن قدرتمند یا همشأن و همسنگ فرهنگ خود بی‌بهره بمانند.

«ویل دورانت ظهور تمدن را هنگامی امکانپذیر می‌داند که هرج و مرج و ناامنی پایان یافته باشد.» (مسگرنژاد، ۲۸:۱۳۷۷)

عناصر تشکیل دهنده فرهنگ و تمدن

عوامل مختلف و متعددی در به وجود آمدن و شکل‌گیری فرهنگ و تمدن تأثیرگذار هستند، از جمله مهم‌ترین عواملی که در این زمینه نقش اساسی دارند عبارتند از:

---

1. Edward T. Hall

۱. آنچه در مرحله اول موجب آماده شدن زمینه رشد و شکوفایی می‌شود وجود امنیت، آرامش و کاهش اضطراب‌هاست.

۲. تعاون و همکاری گروهی با هدف مشخص که در واقع نوعی همبستگی است و ابن خلدون از آن به عصبیت تعبیر می‌کند و می‌توان آن را نوعی غرور و همبستگی ملی دانست.

۳. اخلاق که سبب جلوگیری از سقوط این روند رو به رشد می‌شود.

۴. عامل دین در ایجاد فرهنگ و تمدن نقش بسیار مهمی دارد.

۵. اصل تسامح و تحمل افکار و اندیشه‌های مختلف.

۶. حفظ وحدت و یکپارچگی و عدم انفکاک که موجب اعتلای بیش‌تر می‌شود.

۷. دو عامل رفاه نسبی و فشار اقتصادی و اجتماعی نیز در این روند از جایگاه برجسته‌ای برخوردارند. (جدیدبناب، «جستاری در فرهنگ و تمدن اسلامی»، سایت سازمان تبلیغات اسلامی)

هونیکمان معتقد است که هر تمدنی مشتمل بر سه عنصر اساسی است:

۱. «عنصر فن‌آوری» که مربوط به وسایلی است که انسان، طبیعت را به وسیله آن‌ها در اختیار خود می‌گیرد.

۲. «عنصر اجتماعی» که مرتبط با نظام اجتماعی، مؤسسات و فعالیت‌های مرتبط با زندگی اجتماعی است.

۳. «عنصر جهان‌بینی» که مربوط به پیشینه معرفتی، اعتقادات و ارزش‌هاست.

ظاهراً از میان سایر عناصر، عنصر فن‌آوری بیش‌ترین قابلیت را برای انتقال و اقتباس داراست که در نتیجه، امکان برقراری رابطه در این زمینه با تمدن‌های پیشرفته و به‌خصوص تمدن غربی، برای بالنده کردن جامعه و پیشرفت آن وجود دارد. ولی در عملیات اقتباس باید مراقبت لازم را رعایت کرد و از تقلید کورکورانه، نقل ابزاری و بدون بررسی آن دوری گزید.

در مورد عنصر اجتماعی و ایدئولوژیکی، با توجه به ارتباطی که این عنصر به تاریخ جامعه غربی و پیشرفت خاص آن دارد که با تاریخ دیگر جوامع و پیشرفت آن متفاوت است، لازم است که احتیاط کرده و از تلاش برای اقتباس از آن خودداری کنیم. ظاهراً بهترین راه برای ارتباط جامعه ما با دیگر تمدن‌ها استفاده از آگاهی‌ها و دستاوردهای آن‌ها، تقویت پژوهش‌های علمی ـ تطبیقی در همه بخش‌های شناخت‌شناسی است تا

بتوانیم آنچه را خود داریم و آنچه را دیگران دارند بشناسیم. (یحیی ملاح، ۱۳۸۲: ۸۸)

اقتباس از فرهنگ بیگانه این زیان را دارد که راه نفوذ مفاهیم و ارزش‌های بیگانه را می‌گشاید و به هویت فرهنگ آسیب می‌رساند. البته آشکار است که استقلال مطلق فرهنگی و سد کردن راه هرگونه نفوذ فرهنگی در اوضاع امروز جهان نه ممکن و نه مطلوب است، بلکه بایستی آنچه را از فرهنگ بیگانه می‌گیریم با ویژگی‌های تاریخی ـ فرهنگی و ارزش‌های جامعه سازگار کرده و پیش از اقتباس هر مفهوم فرهنگی در بارهٔ ضرورت عقلی نیازمندی‌های خود به آن بیندیشیم و تنها وقتی که ضرورت آن محرز شد با آگاهی از ماهیت و علت وجودی آن مفهوم، آن را بپذیریم و نیز از تسلیم کورکورانه به مفاهیم وابسته آن در منظومه فکری خاص غرب دوری گزینیم. (فرهنگ دیپلماسی، ۱۳۸۱، ش ۲ و ۳:۲۳۷)

سید محمد خاتمی در بارهٔ عامل پیدایش و زوال تمدن‌ها می‌نویسد: «پویایی ذهن پرسشگر و ناآرامی جان نیازمند آدمی و کوشش او برای یافتن پاسخ سؤال‌ها و تأمین نیازها، سبب نو شدن لحظه به لحظه زندگی انسان بر بستر تاریخ می‌شود و همین دو امر انسانی، در واقع، دو عامل اساسی تغییر در زندگی بشر و پیدایش و زوال تمدن‌هاست.» (خاتمی، ۱۳۷۱:۱۲۳)

یعنی تا وقتی که تمدنی از عهده پاسخگویی به پرسش‌های اساسی و تأمین نیازهای جمعیت خود برآید، زندگی مبتنی بر اندیشه آن تمدن برپاست ولی وقتی تمدن قادر به پاسخگویی نیازهای فکری، مادی و اجتماعی جامعه خود نباشد، با بحران روبرو خواهد شد و در نهایت خواهد مرد. این امر صانع و خالق اصلی فرهنگ و تمدن‌هاست و زبان و دین دو عنصر مهم تمدن و تکاملی فرهنگ هستند.

تبادل و گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها

نگاهی سطحی به عنوان فوق، گویای معنی و مفهوم آن است ولی برای دریافتن منظور از تبادل و گفتگو باید اندکی علمی‌تر و دقیق‌تر به این عنوان بنگریم. برای پاسخگویی به این سؤال باید ضرورت نیاز به تبادل و گفتگو را فهمید. تبادل از باب مفاعله و امری دوطرفه است. بشر برای برآوردن نیازها، احتیاجات، تکامل اندیشه‌ها، دانسته‌ها و کسب تجربه از یکدیگر از بستر تبادل بهره جسته است.

کمال خرازی، وزیر امور خارجه سابق کشورمان، در پاسخ به این سؤال که چرا به

گفتگو نیاز داریم می‌گوید: «انسان به علت دانش محدود و خطاپذیری، برای نیل به دانش و آگاهی مبتنی بر واقعیت و یا نزدیک به آن، ناگزیر است دریافت‌ها و اندیشه‌های خود را در عرصه عمومی با همنوعان خویش در میان بگذارد. این مهم از طریق گفتگو امکانپذیر است؛ با این تأکید که شرط انجام گفت و شنود، بهره‌مندی از آزادی اندیشه، بیان و قلم است. در جریان گفتگو، انسان‌های خطاپذیر و برخوردار از دانش محدود و متوسط، با ارائه اطلاعات و تضارب اندیشه‌ها و دانسته‌ها، رهیافت‌های خویش را از رهگذر هم‌اندیشی، تصحیح، تنقیح و تکمیل می‌کنند.» (خرازی، ۱۳۸۴: ۲۶۷ ـ ۲۶۸)

نکات ذیل در مزایای گفتگو در دنیای امروز قابل توجه است:

۱. گفتگو تنها یک وسیله است که برای رسیدن به یک نتیجهٔ مشخص استفاده می‌شود.

۲. گفتگو بر روی محور قرار دارد که یک سوی آن تفاهم و سوی دیگر تضاد است. شکست در گفتگو، روند تعاملی را به سمت تضاد می‌برد و موفقیت (نسبی) در آن حرکت را به سوی تفاهم هموار می‌کند.

۳. فرهنگ و گفتگوی فرهنگی می‌تواند وسیله‌ای باشد برای یافتن ارزش‌های مشترک که مبنای عمل است. در عین حال، گفتگوی فرهنگی زمینه‌ای است برای اشاعهٔ گفتگو به دیگر حوزه‌های تعاملی نظیر سیاست و اقتصاد.

۴. هنگامی که شبکه ارتباطی گفتگوی جهانی به دور از کنترل دولت‌ها پدید آید، خود به بستری برای جامعه مدنی جهانی تبدیل می‌شود. (طاهری، ۱۳۸۳:۴)

توین بی، در نظریات خود همواره اعتقاد داشت که آنچه از بین برنده پایه‌های یک تمدن است، جنگ و برخورد است. او می‌گوید: «مطالعه تطبیقی فروریزی تمدن‌های شناخته شده (در طول تاریخ)، نشان می‌دهد که اضمحلال اجتماعی فاجعه‌ای است که کلید رمز آن را باید در نهاد جنگ جستجو کرد. در واقع، اساساً همان‌طور که جنگ زاده تمدن است، آشکارا علت بی‌واسطه انهدام آن هم هست.» (همان:۵)

در بارهٔ گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، دانستن این نکته حائز اهمیت است که «فرهنگ ساختار درونی جوامع را تشکیل می‌دهد، تمدن ساختار درونی و بیرونی هر جامعه را می‌سازد. تمدن از مرزهای قومی و ملی و دینی و فرهنگی فراتر می‌رود و پهنه‌ای بسیار گسترده‌تر از حیات یک قوم یا یک ملت را دربرمی‌گیرد.» (آغاجری،

۱۷۲:۱۳۷۷) ما قصد نداریم در این کتاب به تفاوت میان گفتگوی فرهنگ‌ها و گفتگوی تمدن‌ها بپردازیم، گرچه شاید این دو پدیده چه در عمل (آنچه در پدیده تمدن‌ها می‌بینیم) و چه در تئوری (نمونه آن برخورد تمدن‌ها از نظر هانتینگتون است) بر اساس تضاد در حوزه‌های فرهنگی تمدن‌ها شکل می‌گیرد.

ارائهٔ نظریهٔ برخورد تمدن‌ها توسط ساموئل هانتینگتون[1]

از جمله نظریه‌هایی است که به فرهنگ به عنوان عامل تقابل در عرصهٔ جهانی می‌نگرد. بر اساس این نظریه، دولت‌های ملی به تدریج نقش محوری خود را از دست می‌دهند و واحدهای تمدنی جایگزین آن‌ها می‌شوند. اما تمدن که واحد اصلی مورد نظر هانتینگتون است چیست؟

«تمدن یک موجودیت (یا هویت) فرهنگی است. روستاها، سرزمین‌ها، گروه‌های قومی، ملیت‌ها و گروه‌های مذهبی، همگی دارای فرهنگ‌های مشخص هستند که در سطوح مختلف با یکدیگر تجانس فرهنگی ندارند. به عنوان مثال، فرهنگ یک دهکده در شمال ایتالیا ممکن است با یک دهکده در جنوب آن متفاوت باشد، اما هر دو در فرهنگ ایتالیایی که آن‌ها را از دهکده‌های آلمانی متمایز می‌سازد، مشترک هستند. جوامع اروپایی نیز به نوبهٔ خود ویژگی‌های فرهنگی مشترکی دارند که آن‌ها را مثلاً از جوامع عرب جدا می‌کند. اعراب، چینی‌ها و غربی‌ها بخشی از یک موجودیت فرهنگی گسترده‌تر محسوب نمی‌شوند، بلکه هر یک از آن‌ها تشکیل یک تمدن را می‌دهند. بنابراین تمدن بالاترین گروه‌بندی فرهنگی و گسترده‌ترین سطح هویت فرهنگی است که انسان از آن برخوردار است. تمدن هم با توجه به عناصر عینی مشترک (زبان، تاریخ، مذهب، سنت‌ها و نهادها) تعریف می‌شود و هم با توجه به وابستگی‌ها و قرابت‌های ذهنی و درونی انسان‌ها.»

به زعم و نظر هانتینگتون، هویت تمدنی به شکل روزافزونی مانند گذشته در آینده اهمیت می‌یابد؛ به عقیدهٔ او، به‌رغم تمایل غربی‌ها به هویت دولت ـ ملت در روابط بین‌الملل و امور جهانی، این محوریت در حال پایان است و از این پس نیز همانند گذشته تمدن‌ها محور مسائل بشری و امور جهانی خواهند بود. از دیدگاه

---

۱. ر.ک به سلیمی، ۱۳۷۹: ۱۰۴ ـ ۱۰۹.

هانتینگتون، امور جهانی از این پس بر اثر کنش و واکنش هفت یا هشت تمدن بزرگ شکل خواهد گرفت. این تمدن‌ها عبارتند از:

۱. تمدن غرب (که خود به دو قسمت تمدن اروپایی و تمدن آمریکای شمالی تقسیم می‌شود)

۲. تمدن کنفوسیوسی (که چین و وابستگان فرهنگ چینی را دربرمی‌گیرد)

۳. تمدن ژاپن (که ژاپن و وابستگان فرهنگ ژاپنی را شامل می‌شود)

۴. تمدن اسلامی (که از سه تمدن فرعی یعنی عرب، ترک و مالایایی تشکیل می‌شود)

۵. تمدن هندو (که هندوان شبه قاره هند و جنوب شرقی آسیا را دربرمی‌گیرد)

۶. تمدن اسلاوی ـ ارتدکس (که شامل روسیه و کشورهای اروپایی شرقی می‌شود)

۷. تمدن آمریکای لاتین

۸. احتمالاً تمدن آفریقایی

به نظر هانتینگتون، مهم‌ترین درگیری‌ها و برخوردهای جهان آینده در خطوط گسل میان این تمدن‌ها روی خواهد داد. علل اصلی وقوع برخورد میان تمدن‌ها در شش عامل ذیل بیان می‌شوند:

۱. اختلاف میان تمدن‌ها اساسی است. تمدن‌ها با تاریخ، زبان، فرهنگ، سنت و از همه مهم‌تر مذهب متفاوت از هم جدا می‌شوند. تلقی آن‌ها از رابطهٔ بین خدا و انسان، فرد و گروه، دولت و شهروند، زن و شوهر و والدین و فرزند و نیز در بارهٔ مسائلی چون آزادی، برابری و سلسله‌مراتب با یکدیگر متفاوت است. این اختلاف‌ها به مراتب از اختلاف‌های سیاسی و ایدئولوژیک مهم‌تر است. (به عبارت دیگر تفاوت در جهان‌بینی)

۲. جهان در حال کوچک‌تر شدن است و گسترش فعل و انفعالات بین ملت‌ها و رفت و آمد اتباع کشورها، باعث افزایش آگاهی تمدنی می‌شود.

۳. نوسازی اقتصادی و تحول اجتماعی گسترده در جهان بنیادهای زیرین هویت‌ساز انسان‌ها را سست می‌کند و آن‌ها را از هویت بومی و حتی ملیشان جدا می‌کند. مذهب و تمدن مهم‌ترین نقش را در پر کردن این خلأ هویتی دارند.

۴. نقش دوگانهٔ غرب که از یک سو در اوج است و از سوی دیگر موجب گسترش

موج بازگشت به خویشتن شده است، باعث شده که آگاهی تمدنی افزایش یابد. اسلامی شدن دوباره خاورمیانه و بازگشت به خویشتن در آسیای جنوب شرقی و ژاپن، نمونه‌هایی است که در آن‌ها نقش دوگانه غرب موجب آگاهی تمدنی شده است.

۵. با توجه به این‌که بر ویژگی‌ها و تفاوت‌های تمدنی کم‌تر می‌توان سرپوش گذاشت، برخی از مسائل آن دشوارتر از دیگر مسائل قابل حل هستند. مذهب و گرایش‌های مذهبی نمونهٔ مهمی از این ویژگی‌هاست که به راحتی نمی‌توان بر اختلافات ناشی از آن سرپوش گذاشت.

۶. منطقه‌گرایی اقتصادی در حال رشد است. سهم کل تجارت منطقه‌ای در فاصلهٔ سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۹ از ۵۱٪ به ۵۹٪، در آسیا از ۳۳٪ به ۳۷٪ و در آمریکای شمالی از ۳۲٪ به ۳۶٪ رسیده است. این منطقه‌گرایی اقتصادی، نه تنها آگاهی تمدنی را افزایش می‌دهد، بلکه پیوندها و علایق درون یک تمدن را تقویت می‌کند. تجربه نشان داده است که موفقیت همکاری‌های منطقه‌ای اقتصادی به میزان همگرایی فرهنگی میان کشورها وابسته است و تنها در این صورت است که امکان رشد منطقه‌گرایی فراهم می‌شود. سازمان‌هایی مثل نفتا، آسه‌آن و اکو موفقیت خود را صرفاً در گروه‌گرایی فرهنگی می‌بینند.

بر اساس این عوامل، انسان‌های حاضر در یک حوزهٔ تمدنی ــ آن‌ها که ویژگی‌های فرهنگی ـ تمدنی مشترک دارند و منافع اقتصادیشان نیز به هم گره خورده است ــ رفته رفته احساس می‌کنند که در جمع خود یک «ما» در برابر «دیگران» هستند. این امر باعث می‌شود که «دولت‌ها و گروه‌ها نیز با کاهش توانا‌ییشان در جلب حمایت و سازماندهی ائتلاف‌ها بر مبنای ایدئولوژی به نحو فزاینده‌ای کوشش کنند که با توسل به هویت مشترک مذهبی و تمدنی کسب حمایت کنند. به طور مثال، جنگ خلیج فارس مظهر رویارویی تمدن‌های اسلام و غرب است که در آن حتی دشمنان عراق مانند آیت‌اللّه خامنه‌ای در ایران، برخی جنبش‌ها و اندیشمندان کشورهای کویت و عربستان سعودی و حتی ملک حسین نیز اعلام کردند که باید در مقابل غرب ایستاد. همچنین دنیای اسلام یکصدا از عدم حمایت از مسلمانان بوسنی انتقاد کردند و کشورهای مسلمان به دفاع از همکیشان خود در درگیری‌های آسیای میانه پرداختند. همهٔ این‌ها نشانگر رویارویی دو تمدن است.

«ساموئل هانتینگتون در نظریه و کتاب جنجال‌برانگیزش برخورد تمدن‌ها، اولاً

واحد مناسبات جهانی را نه دولت ـ ملت‌ها، که تمدن‌ها می‌نامد و ثانیاً تمدن‌ها را نه تنها با مرزهای جغرافیایی که با حوزه‌های فرهنگی از یکدیگر جدا می‌کند. حتی اگر نظریه هانتینگتون را نپذیریم، باز هم می‌توانیم تا این‌جا با او همرأی باشیم که نظام جدید، از جهاتی فراتر از مناسبات و تعاملات دولت ـ ملت‌ها می‌رود و واحد تعاملات، تمدن‌ها هستند. در مفهوم تمدن‌ها، البته آنچه پررنگ است مؤلفه و هنجارهای فرهنگی است... همین نکته اهمیت و جایگاه فرهنگ در جهان ما را نشان می‌دهد.» (سنایی، ۱۳۸۳، شماره ۱۲ :۳)

«هگل فیلسوف مشهور آلمانی و توین بی تاریخدان معاصر در این قول متفق بودند که 'خودآگاهی تاریخی' یک تمدن، محصولی از میزان مراوده آن تمدن است و بی‌شک مهم‌ترین راه برقراری مراوده فرهنگی بین تمدن‌ها، گفتگو و تبادل نظر است.» (نیمروزی، ۱۳۷۷:۲۲)

گفتگوی تمدن‌ها؛ پیش‌شرط‌ها و مفروضات

تحقق گفتگوی تمدن‌ها به عنوان محور اصلی حل و فصل منازعات بین‌المللی و شیوه جدید زندگی تفاهم‌آمیز ملت‌ها در کنار یکدیگر، نیازمند پذیرش برخی مفروضات در زمینهٔ کارکرد و هدف گفتگوست. برخی از دیدگاه‌ها، مؤلفه‌ها و نظریه‌های مربوط به گفتگو یا کنش ارتباطی و تفاهمی را به اجمال مرور می‌کنیم.

از دیدگاه سید محمد خاتمی، طراح اصل گفتگوی تمدن‌ها:

ـ گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها جز با همدلی، محبت و کوشش صادقانه برای فهم دیگران و نه غلبه بر آن‌ها، ممکن نیست.

ـ گفتگو از آن رو مطلوب است که مبتنی بر آزادی و اختیار است. در گفتگو نمی‌توان هیچ فکری را به طرف مقابل تحمیل کرد. در گفتگو باید به وجود مستقل و حیثیات فکری، اعتقادی و فرهنگی طرف مقابل احترام گذاشت، فقط در این صورت است که گفتگو مقدمه‌ای برای صلح، امنیت و عدالت خواهد بود.

ـ گفتگوی تمدن‌ها به معنای پذیرش تساوی میان ملت‌ها و اقوام است. شما وقتی با کسی صحبت می‌کنید که برای او احترام قائل باشید و او را به عنوان یک موجود مساوی در برابر خود بپذیرید. رابطهٔ استعماری، ناشی از دیدی است که انسان‌ها را به درجه یک و دو تقسیم می‌کند.

ـ گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها علاوه بر گفتن، مستلزم شنیدن نیز هست. شنیدن، فضیلتی است که باید آن را به دست آورد.

ـ از مهم‌ترین لوازم اخلاقی تحقق گفتگوی تمدن‌ها در عرصه سیاست و روابط بین‌الملل، تواضع، وفای به عهد و مشارکت است.

یورگن هابرماس، فیلسوف شهیر و معاصر آلمانی، تفاوت گفتمان ارتباطی با دیگر گفتمان‌ها را در توافق شرکت‌کنندگان بر کنار گذاردن هیجان‌ها برای حرکت در جهت اجماع می‌داند. او معتقد است که «در جریان گفتگوی ارتباطی (تفاهمی)، تمامی فشارهای وارد بر ارتباط به طور موقت به خاطر رسیدن به همراهی و توافق، کنار گذاشته می‌شوند و تمامی افراد دخیل در گفتمان در جستجوی هدفی مشخص یعنی تصمیم مشترک برای رسیدن به بحث بهتری هستند نه این‌که صرفاً در فکر نتیجه و حال و هوای تصادفی مشارکتشان باشند.»

هابرماس یکی از راه‌های تکامل نوع انسان را، مبادلات و روابط بین‌الاذهانی یا تعامل آن‌ها می‌داند. او گفتمان یا گفتگوی بین‌الاذهانی را نوعی از ارتباط می‌داند که «در آن افراد درگیر در گفتگو، داعیه اعتبار و ارزش احکام را موضوع بحث قرار می‌دهند نه محتوای خود احکام را.»

هابرماس، همچنین تولید معنی را نتیجه دیالوگ در جریان عمل ارتباطی می‌داند. از دیدگاه وی «عقلانی کردن عرصه زندگی به معنای ایجاد یک نظام ارتباطی است که در آن، ایده‌ها امکان نقد و ارزیابی بیابند.» (طاهری، ۱۳۸۳: ۴۰۸ ـ ۴۰۹)

«گفتگوی تمدن‌ها، پاسخی روشن، درخور و مناسب به جهانی است که به‌رغم گسترش ارتباطات و اطلاعات، از فقدان و یا ضعف گفتگو و کاربرد درست آن رنج می‌برد. گوهر گفتگوی تمدن‌ها، نفی 'تک‌گویی'[1] و خطابه‌های آمرانه و اثبات گفت و شنود میان طرف‌های مختلف، در وضعیتی برابر و در موضوعات مورد توافق است. گفتگوی تمدن‌ها، بر زمینه آزادی اندیشه و آزادی بیان و قلم استوار است.» (خرازی، ۱۳۸۴: ۱۱۸)

باید توجه داشت که فرهنگ، هم‌اکنون در عرصه جهانی، گام به گام، خود را بر سیاست و اقتصاد تحمیل می‌کند و بعید نیست که به تدریج بر آن‌ها حاکم شود. ادیان

---

1. Monologue

از جمله عناصر سازنده تمدن‌ها و فرهنگ‌ها و شاید مهم‌ترین عنصر است، پس گفتگوی ادیان نیز ذیل گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها قرار می‌گیرد.

«از بعد تئوریک استقبال از تئوری گفتگوی تمدن‌ها و همچنین دیالوگ‌های بین ادیان و حتی ارائه گفتگو و برخورد تمدن‌ها هر یک به نوعی مُهر تأیید گذاشتن بر سر آمدن دوره مکتب واقع‌گرایی در روابط بین‌الملل، لزوم بررسی جامعه‌شناختی این روابط و ضرورت توجه به نقش کارساز فرهنگ در این عرصه است.» (سنایی، ۱۳۸۳، شماره ۹:۴)

از آن‌جا که دین صانع و خالق اصلی فرهنگ‌ها و تمدن‌هاست و تأثیر سرنوشت‌سازی در چشم‌اندازهای آرمانی فرهنگ و تمدن‌ها دارد، «تمدن‌های برآمده از ادیان هم، ریشه در نگرش هر دین به شأن و منزلت انسان دارد. دین اسلام بیش‌تر از دیگر ادیان انسان‌محور است و خداوند پیامبر(ص) را برای رهایی انسان از بند و زنجیرهایی که خودش بر دست و پایش زده است مبعوث کرده است.» (سیدی، ۱۶۸:۱۳۷۷)

«در بحث تبادل فرهنگ‌ها باید به این نکته توجه کرد که آیا تبادل فرهنگ‌ها، بر اساس شناسایی و احترام قرار دارد و هدف از آن، کسب همزیستی متقابل، افزایش تبادل فکری و گفتگوست؟» (غرایاق زندی، ۱۳۷۹: ۱۲ - ۱۳)

در مبادلات فرهنگی، ارزش‌ها، هنجارها، معنا و ارتباط از عناصر کلیدی هستند، زیرا هر فرهنگی مجموعه‌ای از معانی و مجموعه‌ای از نظام ارزش‌ها و هنجارهای خاص خود است و برای برقراری ارتباط به اشتراکات معنا نیاز دارد.

در تئوری ارتباطات، مطلقاً انتقال معنا مد نظر نیست، بلکه انتقال پیام مد نظر است و نیز در حین انتقال پیام، این امیدواری وجود دارد که معنای مشابهی در ذهن دو طرفِ ارتباط متجلی شود، در حالی که مهم‌ترین مسئله در تبادل فرهنگ‌ها، تفاوت در معنی است که این تفاوت در معنی، در تمامی حوزه‌ها، ارزش‌ها و آداب و رسوم تفاوت ایجاد می‌کند. برای جلوگیری از این مشکل دو شرط مهم به نظر می‌رسد، «شرط اول این است که دو طرف تبادل، فرهنگ‌مداری نکنند و آن نگاه دیرینه قرن هفدهمی تمام شود. دومین شرط، برخورداری متناسب و برابر از امکانات ارتباطاتی است. اتفاق بدی که افتاده، ناموزونی کانال ارتباطاتی است. اگر دو طرف تبادل امکانات یکسانی داشته باشند، می‌توان به این مسئله امیدوار بود.» (محسنیان راد، ۲۷:۱۳۷۹)

به‌خصوص با توجه به تکیه غرب به تکنولوژی نوین، «تمدن غرب باید اندیشه امپریالیستی خود را در سیاست، اقتصاد و فرهنگ کنار بگذارد و در موضعی برابر به تعامل با تمدن‌ها اقدام کند و بدیهی‌ترین شرط هرگفتگویی را در عمل فراهم نماید.» (ایوبی، ۷۹:۱۳۷۷)

امروزه رسانه‌ها به عرصه‌ای برای گفتگوی فرهنگ‌ها تبدیل شده است. «پارادایم گفتگوی تمدن‌ها، نگاه تازه‌ای به عرصه روابط بین‌الملل بخشیده است، به نحوی که به نظر می‌رسد گرایش عمومی در دهه‌های آینده، به سوی حل منازعات بر مدار گفتگو میل کند. گرچه دولتمردان و مدیران سیاسی کشورها در یک طرف این معادله قرار دارند، اما در طرف دیگر این معادله، نخبگان و به‌ویژه رسانه‌ها ایستاده‌اند. الگوی فعلی رسانه‌ها با هدف گفتگوی تمدن‌ها، اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. اینک زمان آن رسیده که مصوبه‌های یونسکو و سایر توافقنامه‌های بین‌المللی در زمینه اصول بنیادی مربوط به کمک به وسایل ارتباط جمعی در تحکیم و تقویت صلح و تفاهم بین‌المللی و پیشبرد حقوق بشر، عملاً به اجرا درآید. ارتقای آگاهی‌های مردم، افزایش مشارکت و رقابت‌های سیاسی، افزایش تحمل اجتماعی و سیاسی و فرهنگی، توسعه تفاهم در سطوح ملی و بین‌المللی، گسترش گفتگوهای درون و میان تمدنی و اعمال نقش نظارتی و انتقادی رسانه‌ها و مطبوعات با استفاده از ساختار زبان تفاهمی، برای پیشبرد گفتگوهای تمدن‌ها باید در دستورکار رسانه‌های ملی و جهانی قرار گیرد. رسانه‌های امروز به جای تأکید بر تضادها، اختلاف‌ها، کشمکش‌ها و وجوه تمایز جوامع، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها می‌بایست بر علایق مشترک بشری (صلح، همزیستی مسالمت‌آمیز، آزادی، تفاهم و...)، وجوه اشتراک، جنبه‌های انسانی زندگی بشری، نیازهای جوامع مختلف و به طور کلی بر مهرورزی و کاهش تضادها تأکید کنند، به جای سلطه و برتری‌طلبی، برابری و برادری را ترویج کنند و به جای پرخاشگری و برچسب‌زنی، گفتگو و رفتار تفاهم‌آمیز را اشاعه دهند.» (طاهری، ۴۲۱:۱۳۸۳)

«هدف تبادل فرهنگ‌ها، قاعدتاً باید دستیابی به بهزیستی در عرصه جهانی باشد، با این همه، می‌بینیم که وضعیت امروز تبادل فرهنگی به واسطه وجود تکنولوژی ارتباطاتی، به گونهٔ رابطهٔ یکسویه در آمده است؛ به این شکل که اغلب کشورها متأثر از جوامعی هستند که در برخی زمینه‌ها پیشرفت‌های بیش‌تر داشته‌اند.» (غرایاق زندی، ۳۱:۱۳۷۹)

اشاره به نکته‌ای حیاتی در سرنوشت بشری در این خصوص نشانگر خطرناک بودن ادامه این رابطه یکسویه و دامن زدن به آن است. «توافق بر سر نابودی سلاح‌های هسته‌ای هنگامی می‌تواند پایدار بماند که تفکری فرهنگی نیز میان تمدن‌ها و فرهنگ‌های جهان رواج بیابد و حراست از کره خاکی و تنوع فرهنگی آن نیز از پذیرش جهانی برخوردار شود. چند حوزه فرهنگی و تمدنی عمده جهان از دیرباز وجود داشته است که همواره نسبت به پیرامون خود مسئولانه عمل کرده‌اند... جهان آینده چاره‌ای ندارد جز آن‌که به حوزه‌های تمدن باستانی بازگردد و برای دستیابی به صلحی پایدار از آن‌ها مدد بطلبد.» (پهلوان، ۴۳۷:۱۳۷۸ ـ ۴۳۸)

در واقع «گفتگوی تمدن‌ها و فرهنگ‌ها دعوت به نظام واقعی جامعه مدنی در دنیای پیشرفته و پیچیده کنونی است، با نظامی مبتنی بر پذیرش فرهنگ‌های مختلف که هر قوم و فرهنگ نقش خود را در آن ایفا کند تا بقای بشریت و سعادت آن تضمین شود.» (خرازی، ۲۵۴:۱۳۸۴)

و بر همین اساس باید آموزه‌های تمدنی دوطرفه باشد یعنی نگاهی آموزنده به تمدن‌های کهن و تمدن‌های نو. «همان‌طور که اروپا در زمان رنسانس دست به انتخاب زد، شرق نیز اکنون نیازمند رنسانس دیگری است و باید کمبودها و نواقص خود را از طریق ارتباط با تمدن غرب و از طریق گفتگو مطابق با اصول و قوانین جامعه جبران کند.» (شادپور، ۱۹۳:۱۳۷۷)

گفتگو، سوء تفاهم و مسئولیت «غرب» و «شرق»

امروز غرب و شرق باید بپذیرند که می‌توانند از یکدیگر بیاموزند و در این راستا باید با یکدیگر وارد گفتگو و دیالوگ شوند و ضمن احترام متقابل به ارزش‌های فرهنگی یکدیگر، از طرد و تخطئه هم بپرهیزند. تجربه تاریخی ثابت کرد که غرب باید هوس ادغام و جذب فرهنگ و عقاید دیگر در فرهنگ خود را از سر به در کند و اصل تکثر و تنوع فرهنگی را بپذیرد و به این واقعیت اذعان کند که زندگی از منظرهای گوناگون، معانی گوناگون پیدا می‌کند و ردکورکورانهٔ تمام آن چیزهایی که از آن او نیست، نوعی جاهلیت و تکبر است. به قول فینکل کروت، انسان‌های موسوم به متمدن، از برج عاج تخیلی خود به در آیند و با فروتنی روشن‌بینانه بپذیرند که آن‌ها نیز گونه‌ای انسانی در ردیف بومیان هستند... غرب و شرق باید

موانع موجود بر سر راه گفتگو و تفاهم را بشناسند و مشترکاً در راه رفع آن‌ها اقدام کنند. زیرا هرگونه گفتگو و تفاهمی منوط به ایجاد شرایطی انسانی و برابر است... سرنوشت و آینده دو نیمکرهٔ جهان در گرو صلح و هماهنگی و گفتگو و تبادل نظر بین همه ساکنان این سیاره است. اصل انکارناپذیر امروز و فردای جهان، پلورالیسم فرهنگی و احترام به علایق و سلایق گوناگون است. همه فرهنگ‌های انسانی، اندیشه‌ها، آیین‌ها، تکنیک‌ها و باورهایی را از یکدیگر وام گرفته‌اند، پس می‌توان گفت که موفقیت گونهٔ انسانی در همین توانایی او برای فراگیری تجربه دیگران و انطباق با آن است. یکی از خطرهایی که در آینده سیاره را تهدید می‌کند ناتوانی آشکار فرهنگ غرب در درک و جدی گرفتن تجربه فرهنگ‌های دیگر است. فرهنگ‌هایی که راه‌حل‌هایی کاملاً متفاوت برای مسئله بقا و حیات ارائه می‌دهند... «اگر رویکرد تک‌محصولی در عرصه کشاورزی کوتاه‌ترین راه به سوی فاجعه باشد، آنگاه رویکرد تک‌فرهنگی چه پیامدهایی در عرصه فرهنگ انسانی خواهد داشت؟ فرهنگ غرب شاید بتواند از رهگذر راه‌های حفظ و حمایت و بهره‌برداری پایدار تا حدودی از نابودی گونه‌ها در محیط زیست جلوگیری کند، رویکرد تک‌محصولی صرفاً موجب کاهش گونه‌های جانوری می‌شود، روش‌های تکنولوژیک و مدیریت برخاسته از تنها یک فرهنگ، موجب نابودی فرهنگ‌های انسانی و یک شکل شدن آن‌ها می‌شود. پس گوناگونی، نشانهٔ سلامت چه در امور انسانی و چه در محیط زیست است و این دو با یکدیگر رابطهٔ تنگاتنگ دارند.» (طاهری، ۱۳۸۳: ۵۷ ـ ۵۹)

تفاوت عمده فرهنگ از دیدگاه غرب و اسلام

تفاوت عمده فرهنگ جدید غربی و فرهنگ اسلامی در تعریف انسان منعکس می‌شود. اگر انسان بر حسب فرهنگ غربی، موجودی است که معنویت فرع و روبنای زندگی مادی اوست، در فرهنگ اسلامی انسان موجودی است که معنویت کمال مطلوب و غایت و نهایت زندگی اوست. معنویت کمالی است که با مراقبت و تلاش و با دقت در به‌کارگیری و بهره‌وری به‌اندازه از همه مواهب جسمی و روحی، برای انسان حاصل می‌شود. نکته مهم این است که در اسلام، معنویت و روحانیت به هیچ روی در مقابل مادیت و جسمانیت قرار نگرفته است و چنان نیست که انسان مجبور باشد برای رسیدن به حقیقت معنوی، واقعیت مادی خویش را نابود کند.

معنویت اسلامی رقیب مادیت نیست که بخواهد حریف را به نفع خود از میدان به در کند، بلکه هدایت‌کننده و کنترل‌کننده جسمانیت و مادیت است. دین برای آن نیامده است تا ما را از جسم یکسره غافل سازد و از دنیا جدا کند، بلکه برای آن است که به ما «اندازه» بیاموزد تا بتوانیم با حفظ اعتدال، از افراط و تفریط مصون بمانیم و مثلاً چنان نباشیم که خود را فقط تن بینگاریم و جز به بهره‌وری از جسم به هیچ چیز نیندیشیم. (حداد عادل، ۱۳۷۴: ۳۸ ـ ۳۹)

از آن‌جا که ایده گفتگوی تمدن‌ها و فرهنگ‌ها از سوی جامعه جهانی به تصویب رسید، طبعاً اراده عملی کردن این ایده نیز باید با کمک سازمان ملل باشد. «نقش فعال و مؤثر سازمان ملل متحد در بسط و تعمیق نظریه گفتگوی تمدن‌ها، با نظر به همکاری گسترده کشورهای جهان، نشانگر آن است که گفتگوی تمدن‌ها، اکنون برای همه ملت‌ها و تمدن‌ها، یک آموزه جهانی است و در قرن بیست و یکم به عنوان سرمشقی برجسته باقی خواهد ماند. در راستای بسط و تعمیق این آموزه جهانی، نقش نهادهای آموزشی و پژوهشی حیاتی و کارساز است.» (خرازی، ۱۳۸۴: ۱۱۹)

آنچه تا این‌جا برشمردیم، نشانگر این موضوع است که مهم‌ترین شرط موفقیت، شناخت فرهنگ و تمدن‌ها از طریق تعامل دیدگاه‌ها و اندیشه‌هاست، و بر این گفتگو پیش‌شرط‌هایی مفروض است:

۱. پذیرش تنوع‌گرایی فرهنگی، یعنی قبول حق تساوی و برابری حقوق و آزادی برای تمامی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها؛

۲. احتساب گفتگوی تمدن‌ها به عنوان تنها آلترناتیو، یعنی قبول منطق تعامل افکار و اندیشه‌ها به عنوان تنها محصول عقل جمعی انسان؛

۳. نفی هژمونیک یا تک‌قطبی فرهنگی و سیاسی و پذیرش کثرت‌گرایی جهانی؛

۴. رفع تضاد میان ملت‌ها و حکومت‌ها، به این معنی که حکومت‌ها در این گفتگوها نماینده واقعی افکار و آرای مردم خود باشند؛

۵. حمایت و همکاری نهادهای بین‌المللی در ارتباط با گفتگوی تمدن‌ها. (دهشیری، ۱۳۷۷: ۵۵ ـ ۵۸)

«گفتگو میان ادیان و تمدن‌ها می‌تواند بر چهار محور: بیان عناصر مشترک ادیان، بیان شرایط گفتگوکنندگان، بیان فواید گفتگو و بیان موانع گفتگو استوار باشد.» (جناتی، ۱۳۷۷: ۵۲)

گفتگوهای دینی و تمدنی باید با اهداف قابل دستیابی همراه باشد نه آرمانی. در صورتی که خواستار نتایج عملی و اثرگذاری این گفتگو باشیم، نخستین هدف گفتگوی دینی و تمدنی ممکن است برون‌رفت ادیان و سنت‌های معنوی بزرگ و تمدن‌های کهن و ریشه‌دار انسانی از وضعیت انفعال در قبال تمدن مدرن کنونی باشد. در همین راستا، در اعلامیهٔ کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی یونسکو در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی، هویت فرهنگی ـ مذهبی ملت‌ها از عواملی قلمداد شد که موجب تفاهم و زمینه‌ساز همکاری میان ملت‌ها می‌شود:

در مادهٔ سه این اعلامیه آمده است:

«هویت فرهنگی ـ مذهبی است که امکانات انسان‌ها را برای اقدام خودبخود و حرکت مردم و تمامی گروه‌ها برای یافتن طبیعت خود در گذشته، احیا می‌کند.» (همان:۸۶)

همچنین در مادهٔ چهار آمده است:

«تمامی فرهنگ‌ها، بخشی از میراث مشترک بشری‌اند. هویت فرهنگی یک ملت از طریق برخورد تفاهم‌آمیز با سنت‌ها و ارزش‌های دیگران است که تجدید بنا شده و غنی می‌شود. فرهنگ، یک دیالوگ (گفتگو) است برای تبادل ایده‌ها، اندیشه‌ها و تجربه‌ها و احترام به ارزش‌ها و سنت‌های دیگران.» (سلیمی: ۸۶)

از دیدگاه نمایندگان شرکت‌کننده در کنفرانس مکزیکوسیتی، هویت فرهنگی نه تنها عامل رویارویی و جداسازی ملت‌ها نیست، بلکه با گفتگو و تبادل ایده‌ها به عاملی مقوم و غنابخش به فرهنگ و احترام میان ملت‌ها تبدیل می‌شود.

«توجه به استفاده از تکنولوژی ارتباطات در مسئله گفتگوی تمدن‌ها و فرهنگ‌ها در صورت به‌کارگیری صحیح و منطقی می‌تواند تسهیل‌کننده این امر باشد؛ وسایل ارتباط جمعی، ماهواره‌ها، شبکه‌های اطلاع‌رسانی و در رأس آن اینترنت، رفت و آمد میان ملت‌ها، مبادلات توریسم، مراودات بازرگانی و امثالهم، گفتگوی غیر مستقیم ملت‌ها و تبادل اندیشه میان فرهنگ را توسعه می‌بخشد.» (مسائلی، ۸۸:۱۳۷۷)

در چنین جهانی، حصار کشیدن دور خود به معنای درجا زدن است؛ باید به صورت پویا در صدد کسب تجربه تازه‌ای بود. «در دورانی که همه تمدن‌ها به سبب اقتصاد جدید جهانی و تکنولوژی فرهنگ با مرزهای شناور مواجه می‌شوند، در جهانی که داد و ستد فرهنگی فزونی می‌گیرد، تنها با شرکت در عرصه مبادلات

فرهنگی و توسل به خلاقیت است که می‌توان به بقا امید بست و از محو کامل در دیگری دوری جست.» (پهلوان، ۵۱۲:۱۳۷۸)

حجت‌الاسلام والمسلمین سید محمد خاتمی، خالق نظریه گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، پانزدهم شهریور ۱۳۷۹ در اجلاس ویژه گفتگوی تمدن‌ها چنین می‌گوید: «یکی دیگر از دستاوردهای گفتگو میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، نه شناخت فرهنگ و تمدن دیگری که طبعاً حاصل می‌شود، بلکه شناخت فرهنگ و تمدن خود است. گفتگوی تمدن‌ها به دو صورت امکان تحقق دارد: الف) تأثیر و تأثر مصادیق فرهنگ‌ها و تمدن‌های مختلف نسبت به یکدیگر بر اثر عوامل گوناگون، در طول زمان را از جهتی می‌توان به گفتگوی تمدن‌ها و فرهنگ‌ها تعبیر کرد. ب) صورت دیگر گفتگوی میان تمدن‌ها و فرهنگ‌ها، گفتگوی میان نمایندگان آن‌ها مثل دانشمندان، هنرمندان و فیلسوفان است.»

کمال خرازی در پاسخ به پرسش «چرا به گفتگو بین فرهنگ‌ها نیاز داریم؟» می‌گوید: «ما در جهانی به سر می‌بریم که از دیرباز خاستگاه اندیشه‌ها و فرهنگ‌های گوناگون بوده است. جهان متنوع و متکثر ما، جهان چندصدایی است که تک‌صدایی یعنی استیلای فرهنگ را با ادعای 'فرهنگ مرکزی' بر فرهنگ‌های دیگر با عنوان 'فرهنگ‌های پیرامونی' نمی‌پذیرد. پذیرش گفتگوی بین فرهنگ‌ها، در نظر و عمل، ابطال این انگاره نادرست و ناپخته است که فقط یک فرهنگ در جهان وجود دارد، که فقط یک فرهنگ بر جهان چیرگی دارد و همه فرهنگ‌ها باید خود را با فرهنگ استیلاطلب و فزون‌خواه، هماهنگ سازند[...] در پرتو همسخنی فرهنگ‌ها، می‌توان با اطمینان بیش‌تر، به صلح، آزادی و مدارا اندیشید و تعامل و همبستگی ملت‌ها را پیامد مبارک گفت و شنود فرهنگی دانست. گفتگو بین فرهنگ‌ها، برای ارباب سیاست و کنشگران بین‌المللی، گذرگاه ارتقای صلح و توسعه و مهار جنگ و بحران را می‌گشاید. از این رو، اصحاب اندیشه و فرهنگ، نقشی بنیادین در تلطیف قدرت سیاسی به سوی رهیافت‌های انسانی‌تر و اخلاقی‌تر در عرصه بین‌المللی به عهده دارند.» (خرازی، ۱۳۸۴: ۲۶۹ ـ ۲۷۰)

بنابراین، «توافق بر سر نابودی سلاح‌های هسته‌ای هنگامی می‌تواند پایدار بماند که تفکر فرهنگی نیز میان تمدن‌ها و فرهنگ‌های جهان رواج بیابد و حراست از کره خاکی و تنوع فرهنگی آن نیز از پذیرش جهانی برخوردار شود. چند حوزه فرهنگی و

تمدنی عمده در جهان از دیرباز وجود داشته است که همواره نسبت به پیرامون خود مسئولانه عمل کرده‌اند[...] جهان آینده چاره‌ای ندارد جز آن‌که به حوزه‌های تمدنی باستان بازگردد و برای دستیابی به صلحی پایدار از آن‌ها مدد بطلبد.» (پهلوان، ۱۳۷۸: ۳۴۷ - ۳۴۸)

برای منتفع شدن از منافع بالقوه نهفته در تعاملات فرافرهنگی، باید به نظرات و دیدگاه‌های دیگران توجه کنیم و به آن‌ها احترام بگذاریم و آماده شویم که برای آن‌ها ارزش قائل شویم، نه این‌که سعی کنیم همه یک‌جور فکر کنیم. موزاییک‌های فرهنگی، جایی که هر فرهنگ هویت منحصر به فرد خود را حفظ می‌کند، نه دیگ‌های ذوب که فرهنگ‌ها را در هم می‌آمیزند، می‌توانند چند الگوی مختلف فراروی ما قرار بدهند تا بهتر بتوانیم به پیچیدگی موجود در عرصه جهانی پاسخ بدهیم[...] در غیر این صورت، در گرداب محیط اطراف خود اسیر خواهیم شد، در گردابی که هر فرهنگ سعی می‌کند روش‌های خود را به دیگری تحمیل کند، گردابی که تعارض‌ها را بیش‌تر و شدیدتر می‌کند و گردابی که در آن، آرزوی انسجام سیاسی و اقتصادی (تا چه رسد به تمدن جهانی) دست نیافتنی و غیر ممکن می‌شود. (شنایدر، ۱۳۷۹: ۴۰۰)

در پایان به جای پیدا کردن یک دهکده جهانی، مسیر دیگری را کشف می‌کنیم. این جاده، چه با آجر زرد فرش شده باشد و چه با طلا، خوشبختانه به «تمدن جهانی» منتهی می‌شود. «این مقصد نویدبخش سعادت بشر، از طریق همزیستی مسالمت‌آمیز و سازنده فرهنگ‌های مختلف و تقسیم ارزش‌های بنیادی است.» هارولد پرلموتر،[1] پرفسور و استاد تجارت بین‌الملل در وارتن،[2] چنین می‌گوید: «مقصود ما از تمدن جهانی در درجهٔ اول، استقرار یک نظام جهانی با ارزش‌ها، فرایندها و ساختارهای مشترک است که در آن: ۱) ملت‌ها و فرهنگ‌ها بیش‌تر تحت تأثیر یکدیگر قرار می‌گیرند، ۲) به هویت و تنوع افراد در گروه‌های مختلف ارج می‌گذارند و همه مذاهب و همه نژادها پذیرفته و تکریم می‌شوند، ۳) مردم با ایدئولوژی‌ها و ارزش‌های مختلف هم با یکدیگر همکاری می‌کنند و هم رقابت، اما در همان حال، هیچ ایدئولوژی یا ارزشی بر دیگر ایدئولوژی‌ها و ارزش‌ها غالب

---

1. Harold Perlmutter 2. Wharton

نیست و سلطه ندارد، ۴) تمدن جهانی از حیث جامع‌نگری‌اش منحصر به فرد و بی‌نظیر می‌شود و در همان حال مشخصه تکثرگرا و تنوع‌گرای خود را حفظ می‌کند و ۵) این ارزش‌ها به‌رغم تفسیرهای مختلف و متفاوت، به طور فزاینده‌ای مشترک تلقی و قلمداد می‌شود، همچنان که اکنون ارزش‌هایی چون شفاف و بی‌پرده بودن، حقوق بشر، آزادی و دمکراسی، ارزش‌هایی مشترک قلمداد می‌شوند.» (همان:۴۴۸)

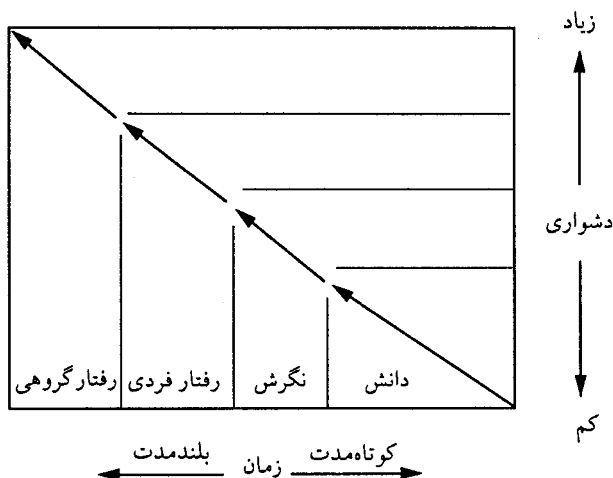
تغییر و تحولات فرهنگی

فرهنگ نیز مانند امور دیگر، از عناصر مختلفی تشکیل شده است، پس طبعاً ثبات و تغییر در این مقوله مرکب بستگی به نوع تحولات وارد بر عناصر فرهنگ دارد. عناصر فرهنگ به دو بخش ثابت یا متغیرهای کند یا عوامل تداوم و عناصر متغیر، متغیرهای تند یا عوامل تغییر تقسیم می‌شود.

در بخش عناصر ثابت می‌توان به سنت‌ها، باورها، نظام‌های ارزشی و هنجارهای اجتماعی، خانوادگی، قانونی، اخلاقی، معنوی، شیوه‌های زندگی و از این قبیل اشاره کرد که تغییر در آن‌ها خیلی کند صورت می‌گیرد و ثابت به نظر می‌رسند.

در بخش عناصر متغیر یا عوامل تغییر می‌توان به نیازها و امیال مردم، دانش (علم) و مهارت‌ها (تکنولوژی)، خلاقیت، توانایی‌های نوآوری، زبان محاوره و غیره اشاره کرد که تغییر در این عناصر سریع صورت می‌گیرد. علامه محمدتقی جعفری فرهنگ را دارای دو عنصر ثابت و متغیر می‌داند. اصول متغیر مستند به نیازهای بشری در بستر زمان است که متناسب با شرایط مختلف متفاوت می‌شود و عناصر ثابت فرهنگی، آن‌هایی هستند که مستند به نیازهای فطری و ذاتی بشری است و گذشت زمان تأثیری در ماهیت آن‌ها نمی‌گذارد مثل کمال‌جویی و نوعدوستی. (جعفری، ۳۳:۱۳۷۳)

باید توجه داشت فرهنگ نیز دارای سازمانی نظام‌مند است، یعنی از اجزایی تشکیل شده که بین این اجزا یا ساختار روابط متقابل وجود دارد. ساخت فرهنگی معمولاً از عنصر فرهنگی، ترکیب فرهنگی و حوزه فرهنگی تشکیل می‌شود. بدین معنی که کوچک‌ترین موضوع و واحد قابل تعریف و تشخیص را «عنصر فرهنگی» و چند عنصر هماهنگ و متناسب و همراه را «ترکیب فرهنگی» و مجموعه



نمودار ۱ـ۱: رابطهٔ زمانی و دشواری نسبی در ایجاد تغییرات گوناگون

ترکیب‌های فرهنگی را که در یک منطقه دارای شکل و محدودهٔ متمایز است «حوزه فرهنگی» می‌گویند. (روح‌الامینی، ۱۳۶۸: ۲۵ ـ ۲۶)

«بروس کوئن عناصر فرهنگی را سه عنصر مادی (فنی)، شناختی و قواعد اساسی می‌داند؛ جنبه شناختی آن از باورها، اسطوره‌ها، ایدئولوژی‌ها، ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و دانش‌ها تشکیل می‌شود. جنبه مادی یا فنی فرهنگ شامل مهارت‌های فنی، هنرها، وسایل و اشیای مادی دیگری است که اعضای جامعه از آن استفاده می‌کنند. قواعد اساسی را شیوه‌های زندگی مردم، آداب و رسوم، قوانین و نقش‌هایی تعیین می‌کنند که به پایگاه‌های مختلف آن فرهنگ وابسته هستند و همچنین شامل مقررات، نظام‌ها و آیین‌نامه‌هایی است که انتظار می‌رود اعضای جامعه آن گروه، هنگام فعالیت‌های روزمرهٔ زندگی از آن‌ها پیروی کنند.» (بابایی، ۱۳۸۴: ۴۵ ـ ۴۶)

از آن‌جا که تحول در فرهنگ به مرور زمان در رفتار افراد تغییر ایجاد می‌کند، نگاهی به چگونگی تغییر در افراد در درک این موضوع به ما کمک می‌کند.

چهار سطح تغییر در فرد عبارتند از:

۱. تغییر در دانش

۲. تغییر در نگرش

۳. تغییر در رفتار فردی
۴. تغییر در رفتار گروهی

رابطهٔ زمانی و دشواری نسبی در ایجاد هر یک از تغییرات فوق، در صورتی که زور یا اجبار درکار نباشد، در نمودار ۱ ـ ۱ آمده است. (رضایی، ۱۳۸۳: ۳۰۳ ـ ۳۰۴)

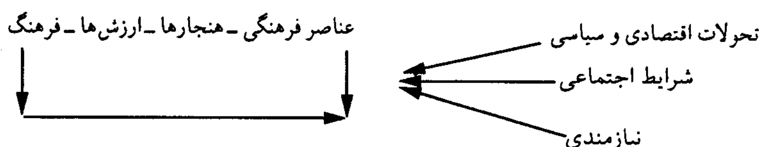
ضرورت تحول فرهنگی

«جهان امروز با سرعت تغییر و تحول در ساختارهای مختلف اجتماعی را پشت سر می‌گذارد. بر اثر توسعه ارتباطات اجتماعی، تکنولوژی‌های واسط فرهنگ جوامع نیز دچار تغییر شده‌اند. واضح است که اگر ساختارهای فرهنگی یک جامعه با تحولات آن هماهنگ نشوند، جامعه دچار نوعی تضاد و عقب‌ماندگی می‌شود.» (حبیبی، ۱۳۷۹: ۴۹)

تغییر فرهنگی بر اساس نوع متغیرهای وارده بر عناصر فرهنگ به صورت سریع یا کند ظاهر می‌شود. به اعتقاد جامعه‌شناسان افزایش یا کاهش سریع جمعیت یک جامعه بر اثر مواردی چون سیل، زلزله،... و یا مهاجرت دسته‌جمعی و روی کار آمدن رهبر سیاسی با نفوذ کلام و قدرت رهبری بالا باعث تغییر سریع فرهنگی می‌شود. در بخش تغییر کند، به بحثی پیرامون تأخیر فرهنگی و الگوهای تحول فرهنگ خواهیم پرداخت.

نظریه «پس‌افتادگی» یا «تأخیر» فرهنگی را نخستین بار ویلیام اگ‌برن جامعه‌شناس آمریکایی مطرح کرد. بر اساس این نظریه، هنگامی که از بین پدیده‌ها و عنصرهای فرهنگی به یکدیگر وابسته، که در مجموع یک ترکیب فرهنگی را تشکیل می‌دهند، یک یا چند عنصر آن، سریع‌تر از دیگر عنصرها تغییر کند، باعث می‌شود که بر اثر این تغییر یا پیشرفت (اصطلاح «پیشرفت» را در مورد فرهنگ مادی می‌توان به‌کار برد)، نابسامانی و ناهماهنگی در مجموعه آن ترکیب فرهنگی به وجود آید. این عدم هماهنگی در تغییر عنصرهای یک ترکیب فرهنگی را «پس‌افتادگی فرهنگی» گویند. (روح‌الامینی، ۱۳۶۸: ۱۲۳)

در این موضوع یک متغیر مستقل و دیگری وابسته است. از تولید اتومبیل بدون توجه به رشد چشمگیر آن متناسب با وضع جاده‌های کشور به عنوان نمونه می‌توان نام برد.



نمودار ۱ـ۲: فرایند عمومی تغییر فرهنگ‌ها (بابایی، ۱۳۸۴:۶۶)

در این میان، ناهماهنگی در فرهنگ مادی، ناهماهنگی در فرهنگ معنوی را به همراه دارد و برعکس، ولی تأخیر فرهنگی ناشی از پس‌افتادگی فرهنگ معنوی است، زیرا فرهنگ معنوی، ریشه‌دارتر، عمیق‌تر و گسترده‌تر است و نمی‌تواند به سرعت «فرهنگ مادی» تغییر کند.

این وضعیت درکشورهای جهان سوم بیش‌تر و درکشورهای پیشرفته و صنعتی کم‌تر است که یکی از دلایل آن می‌تواند زودتر صنعتی شدن آن‌ها باشد. اما باید دانست که تأخیر فرهنگی در همه کشورهای جهان وجود دارد و منحصر به فرهنگ و جامعه خاص نیست، اما این نسبت متفاوت است. در برخی از جوامع بیش‌تر و برخی دیگر کم‌تر است، چرا که هیچ جامعه‌ای وجود ندارد که فرهنگ معنوی و فرهنگ مادی آن هماهنگ و همسان باشد. پدیده تأخیر فرهنگی اگر بیش از اندازه باشد، می‌تواند حتی منجر به نابسامانی و اغتشاشات اجتماعی شود و تضاد مردم و گروه‌های اجتماعی را با تغییرات فرهنگ مادی و نظام سیاسی کشور فراهم کند و چه بسا زمینه‌ساز انقلاب اجتماعی شود.

الگوهای تحول فرهنگ[1]

در این نوع تغییر، فرهنگ از یک مرحله به مرحله دیگر پیش می‌رود و این تغییر در جوامعی اتفاق می‌افتد که دارای عناصر فرهنگی نظام‌دار باشند، گرچه فرهنگ‌های مختلف تحولات گوناگون به خود می‌بینند و هیچ ضرورتی ندارد که تحولات فرهنگی در یک جامعه، در جامعه‌ای دیگر نیز عیناً تحقق یابد، ولی فرایند تغییر یکی است.

فرایند تحول فرهنگ

فرایند عمومی این تغییر در نمودار ۱ـ۲ مشخص است. عوامل اثرگذار بر فرهنگ از

۱. به نقل از بابایی، ۱۳۸۴: ۶۵ ـ ۷۰.

سه ناحیه تحولات اقتصادی و سیاسی، شرایط اجتماعی و نیازمندی‌ها وارد می‌شوند. با ورود هر یک از آن‌ها در عناصر فرهنگی تغییر ماهوی ایجاد شده، ایجاد هر نوع تغییر در عناصر باعث تغییر در هنجارها و ارزش‌ها می‌شود. با تغییر در ارزش‌ها و هنجارها، شیوه‌های رفتار تغییر می‌یابد که از آن به تغییر فرهنگ یاد می‌کنند. این فرایند همواره در زندگی انسان سریان دارد ولی نوع تغییرها عموماً به حدی کند صورت می‌گیرد که به چشم نمی‌آید.

تحلیل و تبیین فرایند تغییر از نظر کمی و کیفی نیازمند بررسی الگوهای دگرگونی در جامعه است. در این‌جا نقش متغیرهای فرهنگی تعیین‌کننده است.

الگوهای تغییر فرهنگی را می‌توان به سه شیوه کلی: تکاملی، اشاعه‌ای و فرهنگ‌سازی دسته‌بندی کرد. هر یک از این الگوها، نظریه‌ها و فرضیه‌های مختلفی دارد که انواع جوامع و فرهنگ را دربرمی‌گیرد. الگوی تکاملی بر این فرض استوار است که انسان با کوشش داوطلبانه و مستمر خود، جامعه و وضعیت اجتماعی خویش را از یک مرحله به مرحله والاتر و مطلوب‌تر هدایت می‌کند. این نظریه‌ها توجه خود را معطوف به فرهنگ و علوم و فنون کرده‌اند. بنا به این نظریه‌ها، تغییرات اساسی در جامعه محصول دگرگونی در وسایل معیشت است؛ مثلاً در تغییر از مرحله کشاورزی به مرحله صنعتی، انسان با دستیابی به ابزار و شیوه تولید پیشرفته، بهره‌وری خود را افزایش می‌دهد و به مازاد اقتصادی بیش‌تری دست می‌یابد. در الگوی «اشاعه‌ای» عناصر و منظومه‌های فرهنگی بر اثر مجاورت و تعامل جوامع، متقابلاً گسترش می‌یابند. نظریه اشاعه‌ای فرهنگی، به‌عنوان تئوری تکاملی، بر این فرض استوار است که فرهنگ‌های پویا و زاینده در برخورد با فرهنگ‌های ایستا و نازا، خود را بر آن‌ها تحمیل و مسلط می‌کنند. شاید امروز با انقلاب ارتباطات و اطلاعات، الگوی انتشار و اشاعهٔ فرهنگی و غلبه نظام‌های پویا بر عرصه فرهنگی جهان بیش از هر زمان محسوس و ملموس باشد.

در الگوی «فرهنگ‌سازی» برای تغییر اجتماعی، برخی گرایش به انتقال آرام در تغییر و دگرگون‌سازی دارند و بعضی اجبار، خشونت و انقلاب را توصیه می‌کنند.

بحث فرهنگ‌سازی در دو بخش عمده مطرح است:

۱. فلسفه محض یا عقل محض و نظری که موضوعات گزاره‌های فکری را می‌سازد و باعث اندیشه‌سازی توسط اندیشمندان می‌شود. دستاوردهای مدنی اجتماعات از نمونه این نوع فرهنگ‌سازی است.

۲. ارزش‌ها و باورها که سازندهٔ نظام ارزشی هستند، و در کنش‌ها و واکنش‌های هنری ظاهر می‌شوند و ذوقیات را پرورش می‌دهند؛ مثل آفرینشگری در زمینهٔ ادبیات، زیباشناسی، موسیقی، نقاشی، الگوها و...

انتقال و تبادل فرهنگی

مباحث مربوط به این نوع تحول را به طور جداگانه مورد بررسی قرار خواهیم داد، اما به طور خلاصه می‌توان گفت که فرهنگ‌ها از عناصر و اجزای متعددی تشکیل شده‌اند و حضور این عوامل در همه سرزمین‌ها و کشورها و نزد ملل یکسان نیست. همه عوامل مانند سنت، عقیده، آرمان، علم‌اندوزی، تکنولوژی، فن و... در ایجاد و ساخت یک فرهنگ مؤثر است و برخی از عناصر حالت سلطه و برخی دیگر حالت سلطه‌پذیری دارند، همچنین فرهنگ‌ها از عوامل درونی و بیرونی تغییرپذیری دارند.

رابطه فرهنگ‌ها با یکدیگر، اثرگذاری شرایط سیاسی و اجتماعی و نقش تکنولوژی‌های نوین در تحول فرهنگ مهم است. «نقش فن و تکنولوژی نمی‌تواند خیلی کم‌تر از نقش فلسفه و هنر و ادبیات باشد، این‌که یک فرهنگ به تکنولوژی و دیگری به تولید یک عنصر خاص از فرهنگ چون ادبیات شعر و یا فلسفه به جای تکنولوژی می‌انجامد، به میزان و نحوهٔ حضور عوامل فرهنگی بستگی دارد.» (آزاد، ۳:۱۳۷۶)

باید توجه داشت هر یک از عوامل اثر خاص خود را با توجه به شرایط تحقق بر ساخت فرهنگ‌ها دارد. سازگاری ناشی از عوامل خارجی با عوامل و عناصر داخلی در فرهنگ‌ها نیز در نوع تغییر و تحول فرهنگی مؤثر است.

«مشارکت کامل یا کافی عناصر فرهنگی در یک تبادل فرهنگی، موجب اعتدال در مسیر تحول‌پذیری فرهنگی می‌شود که در نهایت به تولیدکنندگی یا مصرف‌کنندگی عناصر فرهنگی می‌انجامد. از این روست که فرهنگ را می‌توان به فرهنگ مصرفی و فرهنگ تولیدی تقسیم کرد.» (همان :۷)

جهانی شدن فرهنگ، فرهنگ جهانی و هویت

جهانی‌شدن، فرایند افزایش ارتباطات بین جوامع است، به گونه‌ای که وقایع و تحولات یک گوشه از جهان به طور فزاینده‌ای بر مردم و جوامع دیگر سوی جهان تأثیر می‌گذارد. (جان بیلیس، ۳۳:۱۳۸۳، ج ۱)

واترز جهانی‌شدن را به منزله فرایندی می‌داند که دارای سه بُعد است:

الف) جهانی‌شدن اقتصادی با شکل‌گیری بازارهای مالی جهانی و مناطق آزاد، مبادله جهانی کالاها، خدمات و رشد سریع شرکت‌های فراملیتی رابطه دارد.

ب) جهانی‌شدن سیاسی که از طریق این شیوه، دولت‌های ملی جای خود را به سازمان‌های بین‌المللی می‌دهند (از قبیل سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا) و سیاست جهانی پدید می‌آید.

ج) جهانی‌شدن فرهنگی مربوط است به جریان اطلاعات، نشانه‌ها و نمادها در سراسر جهان و واکنش‌هایی که این جریان برمی‌انگیزد. (اسمیت، ۳۶۲:۱۳۸۳)

البته باید توجه داشت جهانی‌شدن به روندی اطلاق می‌شود ـ هنوز هم تداوم دارد ـ که جهان از طریق آن، از بسیاری از جهات به مکانی واحد تبدیل شده است. (جان بیلیس، ۶۱:۱۳۸۳)

جهانی‌شدن به مسائلی مانند مصرف‌گرایی، ارتباطات ماهواره‌ای، صنایع فرهنگی و مهاجرت مرتبط است. نیروهای اجتماعی و فرهنگی که به لحاظ مکانی گسترده و دارای مشاغل فرهنگی هستند، در واقع به جهانی‌شدن فرهنگ و فرهنگ جهانی دامن می‌زنند. تأثیر تکنولوژی به‌ویژه وسایل ارتباط جمعی در گسترش این فرهنگ خیلی زیاد است. «پیشرفت وسایل ارتباط جمعی به اشاعه الگوهای واحد در میان فرهنگ‌ها و گروه‌های مختلف سخت میدان داده است. الگوهای رفتاری و ارزشی معینی به مدد ارتباطات جمعی چنان رواج می‌یابد که حتی دشوار می‌توان منشأ پیدایش آن‌ها را پی گرفت. کشورهایی که از نظر توان و نیروی تکنولوژیک ضعیف هستند، بیش از کشورهای دیگر در معرض این موقعیت دشوار قرار می‌گیرند. کشورهای صنعتی بزرگ‌تر، بهتر می‌توانند الگوها و نظام‌های ارزشی خود را صادر کنند و بقیه را تحت تأثیر قرار دهند.» (پهلوان، ۱۶۶:۱۳۷۸)

این گونه گسترش فرهنگ، علاوه بر این‌که نوعی تهاجم فرهنگی است، مشکلات دیگری نیز دارد. «یکی از مشکلات مهم فراگیر شدن فرهنگ در جهان و داد و ستد فرهنگی، پیامدهای حقوقی ناشی از ارتباطات میان فرهنگی است. دولت ـ ملت‌ها هر کدام نظام حقوقی متفاوتی دارند و این نظام حقوقی برآیندی از نظام اخلاقی، سنت‌ها و عرف‌های جاری آن‌هاست. این نظام حقوقی در صورت مواجهه با دیگر نظام‌ها و نیز نظام‌های حقوقی بین‌المللی، عکس‌العمل‌های گوناگونی از خود بروز

می‌دهد: گاه مانع از داد و ستد فرهنگی و فراگیری فرهنگ در جهان و گاه تسهیل‌کننده آن است.» (محمدی، ۷۳:۱۳۷۶)

از سوی دیگر واقفیم «رشد و تکامل فرهنگ جهانی حاصل تغییرات و دگرگونی‌های عمده‌ای است که در حوزهٔ بازارها و شرکت‌های چند ملیتی و همچنین در زمینه تحولات تکنولوژیکی ارتباطات و رسانه‌ها به وقوع پیوست.» (پهلوان، ۴۰۸:۱۳۷۸)

در واقع، با عنوان فرهنگ جهانی، ناخواسته جوامع و فرهنگ‌های مختلف مورد تهاجم قرار می‌گیرند. «بر پایه بنیان نظری امپریالیسم فرهنگی، گرچه جهانی شدن فرهنگی، چونان پدیده‌ای فراتاریخی و فراملی یا نیرویی جهانی نمودار می‌شود، ولی در واقع چیزی جز صدور کالا، ارزش‌ها و اولویت‌های شیوه زندگی غربی نیست.» (تاجیک، ۱۵۱:۱۳۸۴)

شاید روزگاری فرض می‌شد که فرهنگ‌ها از یکدیگر جدا هستند و برای احیا و تکامل مستقل فضای کافی دارند، اما چند قرنی است ارتباطات و تغییرات فن‌آورانه در از بین بردن زمان و مکان مؤثر بوده است. بدین طریق، حتی موانعی را که دورافتاده‌ترین فرهنگ‌ها احاطه کرده‌اند، درهم می‌شکند و این خودگرایشی وسیع‌تر به سمت جهانی‌شدن است و جهانی‌شدن فرایندی است که طی آن عقاید و عادات در مقیاس بسیار گسترده اشاعه می‌یابد.

استناد به نظریه مک لوهان و گفتن این‌که جهان یک دهکده کوچک شده است، چیزی در حد کلیشه به نظر می‌آید. در این دهکده جهانی کلیشه‌ای، مسائل عمده، مسائل همه است. مسائلی که غیرقابل اجتنابند و تلاش برای پاک نگاه داشتن منزل از اثرات آن، تلاشی بیهوده است. علاوه بر این، چنین اظهار شده که جهان به صورت دهکده‌ای الکترونیک در آمده است، چرا که همه به رادیو، تلویزیون و رسانه‌های الکترونیک جدیدتر و آخرین اطلاعات منتشره دسترسی دارند، اما چیزی که دقیقاً مورد نظر است، کیفیت این اطلاعات است و طرح مسئله کیفیت اطلاعات، نظریه دهکده جهانی و دهکده الکترونیک را از چارچوب کلیشه‌ای آن به در آورده و جهانی‌شدن فرهنگ را به میان می‌کشد. (واحدی، ۳۱:۱۳۸۳)

امروزه فرایند جهانی‌شدن و مفهوم آن از جنبه‌های گوناگون اقتصادی، سیاسی و به‌خصوص فرهنگ مورد بررسی قرار می‌گیرد. جهانی‌شدن از دیدگاه فرهنگی،

به‌عنوان جهانی‌شدن ارزش‌های بشری و نماد علاقه بشر به استانداردهای اساسی، حقوق بشر و پذیرش فرهنگ به عنوان یک فرایند خلاق مستمر و پذیرش تنوع فرهنگی مطرح می‌شود. به طور خلاصه، این اهمیت و برجسته‌شدن فرهنگ، سه نوع واکنش را موجب شده است.

الف) فرایند جهانی‌سازی همگون‌شدن جهان از طریق گسترش یک فرهنگ در عرصه جهانی تلقی شده و جهانی‌سازی به معنای غربی کردن، صدور کالا، ارزش‌ها و اولویت‌های شیوه غربی شمرده می‌شود و این همان اقتصادی‌شدن فرهنگ است.

ب) واکنش خاص‌گرایی فرهنگی است که به واکنش فرهنگ‌ها در مقابله با فرایند جهانی‌شدن می‌پردازد.

ج) واکنش به فرایند جهانی‌شدن عام‌گرایی، تبادل و تحول فرهنگی است که نوعی همزیستی، رقابت و تعامل و تحول فرهنگ‌های متفاوت در عرصه جهانی را باعث شده است. مناسب‌ترین و عملی‌ترین موضع‌گیری را هنگام برخورد با اطلاعات، افکار، ارزش‌ها و دیدگاه‌های جدید، توسل به گفتگو و دست‌کم همزیستی می‌داند. بدین ترتیب جهانی‌شدن فرهنگ در فرایند جهانی‌شدن فرهنگ به معنای یکپارچگی و یکسان‌سازی فرهنگی نیست، بلکه تأکید بر تفاوت، تنوع فرهنگی و تغییر مفهوم فرهنگ در عرصه جهانی است که ارزش‌های عام بشری را فارغ از وابستگی‌های دینی، نژادی و... مطرح می‌سازد. در این حالت، تمام فرهنگ‌ها در عرصه جهانی، دارای ارزش و اعتبار یکسان و در تعامل با یکدیگر خواهند بود.

مفهوم جهانی‌شدن و جهان‌گرایی از نگاه مارتین آلبرو

مارتین آلبرو از جمله متفکرانی است که مفهوم جهانی‌شدن و جهان‌گرایی را در فضای پست‌مدرن مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد. البته این به معنای یگانه شدن فرهنگ جهانی و یکسانی نیست.

«جهانی‌بودن به معنای بدون حد و مرز بودن فرهنگ است و بیش‌تر به تنوع، چندگونگی و اَشکال فرهنگی باز می‌گردد تا یکسان‌سازی و همگون‌سازی فرهنگی.»

بر این پایه، آنچه ذهنیت‌ها، ارزش‌ها و ایده‌های جدیدی را در عرصهٔ جهانی مطرح می‌سازد، مبنای فرهنگ در عصر جدید است. بنابراین، در این عصر مفهوم تازه‌ای از فرهنگ مطرح می‌شود. فرهنگ دیگر گویای خصوصیات یک جامعه

نیست، بلکه نمادهای فکری است که از حیطهٔ جهانی برمی‌خیزد. این به معنای وجود ارزش‌ها و بینش‌های متفاوت در مناطق مختلف نیست، بلکه بر اثر کنش و واکنش این ارزش‌ها و بینش‌های متفاوت و نیز بر اثر طرح مسائل مشترک میان کل انسان‌هاست که فرهنگ در عرصهٔ جهانی شکل می‌گیرد. به دنبال این شکل‌گیری فرهنگ در عرصهٔ جهانی، معنی و مفهوم هویت نیز متحول می‌شود. در جهان متکثر و چندگانهٔ جدید، افراد و گروه‌های اجتماعی هستند که در کانون توجه قرار می‌گیرند.

این امر به معنای مسئله‌ساز شدن هویت، برای افراد گروه‌های مختلف است. شخصیت افراد و گروه‌های اجتماعی پس از قرارگرفتن در معرض فرایند جهانی‌شدن دارای هویت متفاوتی می‌شود که دیگر نمی‌توان همچون تئوری‌های کهنهٔ مدرنیستی آن را در قالب ساختارهای یک جامعهٔ ملی معنی کرد. از دیدگاه آلبرو: «مشکلات نظریهٔ کهنهٔ مدرن، خود از طریق عکس‌العمل و واکنش آن به ناسیونالیسم و بنیادگرایی، نشان داده می‌شود. در تحلیل برخوردهایی که در بارهٔ مسائل گوناگون جهان امروز همانند مسئلهٔ بوسنی و یا مسئلهٔ سلمان رشدی مطرح می‌شود، در چارچوب نظریه‌های پست‌مدرن تلاش می‌شود که هر یک از آن‌ها صرفاً در قالب مفهوم ناسیونالیسم و یا بنیادگرایی توضیح داده شود. در حالی که در جهان امروز مسائل فراتر از آن است. بسیار ساده است که هویت هر فرد را صرفاً با بیان تعلق او به یک ملت تعریف کنیم و یا وابستگی او به یک جریان یا اعتقاد مشخص را عنصر اصلی هویت او بدانیم. اما در جهان جدید اکثر افراد دیگر نمی‌خواهند تنها از این طریق شناخته شوند. انسان‌ها دارای شخصیت و بستگی‌های متعددی هستند که آن‌ها را در مسیر فرایند جهانی قرار می‌دهد و بدین لحاظ اصولاً تعریف از هویت و شکل‌گیری هویت در جهان جدید متفاوت است.» (سلیمی، ۱۳۷۹:۲۲۳ و ۲۲۵)

برای درک سنجیده و ظریف از جهانی‌شدن از دیدگاه جن آرت شولت،[1] می‌توان به پنج شرط اشاره کرد:

۱. جهانی‌شدن در نقاط مختلف جهان به یک اندازه تحقق نیافته است؛

۲. جهانی‌شدن فرایند همگون‌سازی فرهنگی نیست؛

۳. جهانی‌شدن اهمیت قلمرو ـ سرزمینی را در سیاست‌های جهانی از بین نبرده است؛

---

1. Jan Aart Scholte

۴. جهانی‌شدن را نمی‌توان در قالب نیروی پیش برنده واحدی درک کرد؛
۵. جهانی‌شدن نوشدارو نیست. (جان بیلیس، ۵۸:۱۳۸۳ و ۶۰)؛

البته جهانی‌شدن در عین حال که متضمن نوعی همگونی فرهنگی است، فرصت‌ها و امکان‌هایی را هم برای فرهنگ‌های دیگر فراهم می‌کند تا با روش‌های مختلف خود را بازسازی کنند.

چرا تشخیص و تفکیک جهانی‌شدن فرهنگی از جهانی‌شدن اقتصادی و سیاسی هم ممکن و هم لازم است؟ چه چیز دارایی‌های فرهنگی را از دارایی‌های اقتصادی متمایز می‌سازد؟ چه چیزی باعث می‌شود دارایی‌های فرهنگی شبیه دارایی‌های اقتصادی «ساده» و «معمولی» تلقی نشوند؟ (لوکلر، ۳:۱۳۸۲)

اطلاعات، اندیشه‌ها، مسلک‌ها، دانش‌ها و ادیان، نمادها و نشانه‌ها هستند و دارایی‌هایی هستند که تولید می‌شوند، جریان می‌یابند و مصرف می‌شوند. اما خواص ویژهٔ دارایی‌ها، نمادی و فرهنگی هستند. باید توجه داشت این دارایی‌ها غیر مادی است و در واقع اقتصاددانان آن را «خدمات» می‌نامند.

نمادهای فرهنگی جاری در دنیا نظیر گفتار مذهبی، علمی، مسلکی، ادبی و غیره به شکل مبادلات کلامی رو در رو و یا از طریق ابزار رسانه‌های همگانی بروز می‌یابند (همان :۴) که نوع خاصی از خدمت و مصرف را القا می‌کند و اهمیت آن این‌جا مشخص می‌شود که «حاصل دارایی‌های فرهنگی پدیدهٔ ایجاد حد و مرز و پیامدهای آن چون باور، ایمان، گرویدن به یک پیام و سهیم شدن در یک نهاد است.» (همان:۴)

جهانی‌شدن فرهنگ و دگرگونی‌های روابط بین‌الملل

پایان جنگ دوم جهانی سرآغازی بود برای دگرگونی‌های بنیادین با سرعت روزافزون در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با رویکرد کاهش علاقه به ناسیونالیسم در غرب و افزایش رویکرد به ناسیونالیسم در کشورهای عقب‌مانده که ناسیونالیسم را طناب نجات خود از عقب‌ماندگی‌ها تصور می‌کردند. همزمان با سیاستگذاری ناسیونالیسم‌گرایانه در کشورهای واپس مانده که منجر به محدودیت در بازرگانی و سرمایه‌گذاری خارجی در عرصه‌های اقتصادی بود، آمریکا، کانادا و کشورهای اروپای غربی با گسترش داد و ستد آزاد کالاهای اقتصادی و فرهنگی،

نهادهایی مانند صندوق بین‌الملل پول، بانک جهانی و در ادامه موافقتنامه عمومی در بارهٔ تعرفه و تجارت (GATT) و در نهایت سازمان تجارت جهانی (WTO) را برپا کردند.

بدین ترتیب حجم داد و ستد جهانی به تبع قدرت گرفتن این نهادها و از میان رفتن موانع ساختگی داد و ستد آزاد و توانایی‌های بالقوه تکنولوژی، فرصتی بی‌مانند را برای تولیدکنندگان کالاهای اقتصادی و فرهنگی در جهان به وجود آورد که فراورده‌های خود را در بازار جهانی عرضه کنند و به این ترتیب این روند واقعی جهانی‌شدن نام گرفت. بنابراین جهانی‌شدن یک روند رو به گسترش است و یک پدیده در حال شدن نه در حال بودن. از سوی دیگر، به تبع تکنولوژی برتر، هر کالای اقتصادی امروز تجسم دانش، هنر و مهارت سازنده آن است؛ به عبارتی، هر داد و ستد اقتصادی در سرشت خود داد و ستد فرهنگی نیز هست. از این رو، برخی دانشمندان، جهانی‌شدن را بیش از هر چیز روند جهانی‌شدن فرهنگ تلقی می‌کنند و آن را یک سیستم فراگیر که نه تنها سیاست داخلی و خارجی هر کشوری را شکل می‌دهد، بلکه فراتر از آن یکپارچه‌سازی بازارها، فن‌آوری‌ها و کشورهای جهان را در قالب یک فرهنگ رقم می‌زند، ارزیابی می‌کنند. از آن‌جا که این روند یکسان‌سازی جامعه‌های گوناگون به تبع پیشرفت دوران صنعتگری غرب آغاز شده، طبیعتاً موجب سرایت ارزش‌های غربی بر دیگر جوامع خواهد شد و این روند مقاومت‌هایی را بر خواهد انگیخت. بدین ترتیب با کاهش یافتن تفاوت‌های فرهنگی، اهمیت این تفاوت‌ها در روابط بین‌المللی به تدریج از میان رفته و در نهایت یک جامعه جهانی با یک فرهنگ فراگیر در آثار خرده فرهنگ‌های ملی، قومی و مذهبی پدید خواهد آمد.

بدون تردید نام بردن از فرهنگ جهانی بدون ویژگی‌های خاص آن که بتواند در جامعه جهانی مشروعیت یافته و مورد پذیرش واقع شود کاری بیهوده است. چند ویژگی می‌توان برای این فرهنگ برشمرد از جمله: ۱) پذیرش اصل تکثر؛ ۲) آرمان فرهنگ جهانی باید از شناسایی متقابل ارزش‌های درونی فرهنگ‌های دیگر نشئت گیرد؛ ۳) تنوع فرهنگ در تضاد یا وحدت با فرهنگ جهانی نیست؛ ۴) هدف دستیابی به وحدت است و نه یکسانی؛ ۵) ایجاد زمینه مساوی برای خواست همه فرهنگ‌ها.

در مادهٔ پنج اعلامیه کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی یونسکو در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی، با نگاهی احترام‌آمیز به تنوع فرهنگ‌ها آمده است: «امر جهانی نمی‌تواند بر اساس برداشتی از یک فرهنگ واحد بنا شود. این امر از تجربیات تمامی مردمان جهان که از هویت‌های آن‌ها صورت بسته، نشئت می‌گیرد. هویت فرهنگی و چندگونگی فرهنگی از هم جدا و ضد هم نیستند.» لذا فرض بر این است که با مشارکت و تعامل میان تمامی فرهنگ‌ها با تفاهم میان آن‌ها می‌توان امکان به وجود آوردن (امر جهانی) را فراهم کرد و چنانچه چیزی تحت عنوان فرهنگ جهانی در حال شکل‌گیری باشد، متناقض وجود هویت‌های متفاوت فرهنگی نخواهد بود، بلکه در اصل، تعامل میان آن‌هاست که فرهنگ جهانی را شکل می‌دهد. از دیدگاه این اعلامیه چنانچه ملت‌ها مبادلات فرهنگی خود را در عرصه‌های مختلف افزایش دهند، زمینهٔ تفاهم و همکاری میان آن‌ها و کاهش منازعات بین‌المللی فراهم می‌شود. در این محیط امکان تحقق صلح و امنیت بین‌المللی فراهم خواهد شد. اگر این مناسبات باعث شود که ملت‌ها به ارزش‌ها و فرهنگ‌های یکدیگر احترام بگذارند، آن‌گاه زمینهٔ برخوردها و تنش‌های بین‌المللی از میان خواهد رفت. (سلیمی، ۱۳۷۹: ۸۶ - ۸۷)

فرهنگ جهانی هم‌اکنون برای ظهور یا تداوم سه پدیدهٔ فرهنگی آمادگی و زمینه و شرایط لازم را دارد:

ـ اول، گرایش‌های لیبرالیستی که بر پایهٔ یک فرهنگ غنی چند صد ساله استوار است و با وجود نقاط ضعف بزرگی که در نظر و عمل از خود بروز داده است نقش مسلط را در جهان ایفا می‌کند.

ـ دوم، گرایش‌های معنویت‌گرایانه و اخلاق‌گرایانه که معنی‌جویی برای زندگی، آرامش روانی و ارضای نیازهای روانی و زندگی مبتنی بر اخلاق را تعقیب می‌کند و گرچه آزادی را یک نیاز اصیل می‌داند، نه در تعریف آزادی و نه در روش‌های پاسخ به این نیاز، با لیبرالیسم همسو نیست. این گرایش‌ها خود به دو شاخهٔ دینی و غیر دینی تقسیم می‌شوند.

ـ گرایش سوم ناشی از تعارض دو اندیشهٔ فوق است، که سبب بروز تردید و فرو ریختن معیارها، سرگشتگی و بحران هویت شده و پدیدهٔ فرهنگی مورد بحث ما را موجب شده است. (طاهری، ۱۳۸۳: ۱۴۳)

از آن‌جا که آثار عمده جهانی‌شدن، انتشار و فراگیرشدن، مصرف کالاهای فرهنگی با ریشه غربی است رقابت سخت و شدید بین توسعه اروپا، شاید چین، ژاپن و جهان اسلام و حتی هند وجود دارد.

با وجود گسترش جهانی‌شدن و ظهور ملی‌گرایی‌ها و اصول‌گرایی‌ها، اگر بخواهیم سیاره‌ای راحت و یا حداقل قابل زندگی برای همه داشته باشیم، در آن صورت تحمل و مدارا به ضرورتی حیاتی مبدل می‌شود. میان عمومیت‌گرایی توهم‌آمیز که غالباً به عنوان نقابی مورد استفاده امپریالیسم قرار گرفته، لازم است ملاک‌ها، معیارها و اصول جدیدی پیدا کنیم. در سطح سیاسی و روابط بین‌المللی، مسئله عمومیت‌گرایی با شدت بیش‌تری مطرح می‌شود. برای این‌که عمومیت‌گرایی واقعاً وجود داشته باشد، لازم است یک تصور و بینش مشترک از جهان و یک پذیرش در افراد متعلق به همهٔ فرهنگ‌ها در مورد ارزش‌ها و نهادهایی که قادر به تضمین آن‌ها هستند، وجود داشته باشند. (لوکلر، ۱۳۸۲:۵۲۶ ـ ۵۲۷)

به نظر می‌رسد تنها ارزشِ همزمان دینی، اخلاقی و سیاسی که قابل و درخور عالمگیر شدن است، تحمل و مدارا باشد، همین تحمل و مدارا هنگامی که در اروپای دوران رنسانس و عصر کلاسیک به صحنه آمد، یک «انقلاب فرهنگی» محسوب شد.

جهانی‌شدن فرهنگ و ارتباطات نوین

نوع جدید و معینی از فرهنگ، به وسیله ارتباطات نوین جمعی سامان یافته و مورد توجه محققان ارتباطات بوده است. این فرهنگ در مقابل فرهنگ نخبگان و فرهنگ گسترش‌یافته با شبکه ارتباطات سنتی قرار دارد. فرهنگ جمعی یا فرهنگ توده عمدتاً بر شناخت‌های پراکنده، جزئی، ناقص و ناپایدار متکی است، در حالی که فرهنگ نخبگان و فرهنگ کلاسیک دارای پیوستگی، همگنی و پایداری بیش‌تری است.

فرهنگ جمعی از رسانه‌ها تراوش می‌کند و مخاطب توده را در نظر دارد، البته مصرف‌کننده آن تنها عامه مردم نیستند، بلکه نخبگان جامعه نیز مبانی نخستین احساسی و فکری خود را از آن می‌گیرند. در واقع رسانه‌های جمعی ابزار نشر این فرهنگ و عامل جهت دهنده اندیشه و احساس نخبگان جامعه و کم کردن شکاف

میان دنیای درک و فهم برگزیدگان و عامه هستند. تمامی رسانه‌ها از این ویژگی پیام‌رسانی برخوردارند. پیام نیز یا خود فرهنگ است یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است و وجود همین رسانه‌های همگانی، شتاب فرایند جهانی‌شدن فرهنگ را زیاد می‌کنند، زیرا چون و چرای جهانی‌شدن فرهنگ ابتدا به ویژگی‌های درخور رسانه‌ها برمی‌گردد.

مارشال مک لوهان بر این نکته اصرار دارد که رسانه همان پیام است. در نظریه او با عنوان دهکده جهانی، مسئله مهم این است که طرح مسائل همه در این دهکدهٔ کوچک است، در واقع مردم جهان در یک دهکدهٔ الکترونیک به جزئی‌ترین اطلاعات منتشره دسترسی دارند، ولی مسئله کیفیت اطلاعات، کیفیت جهانی‌شدن فرهنگ را به میان می‌کشد.

مارشال مک لوهان مدعی بود که تأثیر تلویزیون و تکنولوژی کامپیوتر، زدودن تفاوت‌های زمانی ـ مکانی، اعلام عصر تازه‌ای است که باید آن را عصر «جامعه جهانی» نامید. زمان از حرکت بازایستاده و مکان ناپدید شده است. ما اکنون در دهکده جهانی زندگی می‌کنیم.

در عرصه نخبگان و در سطح کلان نیز برخی از برخورد و تقابل فرهنگ‌ها و تمدن‌ها سخن می‌گویند و برخی به آتش کوره گفتگو و تعامل فرهنگ‌ها و تمدن‌ها می‌دمند. آمریکایی‌ها پس از فروپاشی اتحاد شوروی از پیروزی لیبرالیسم و به قول فرانسیس فوکویاما از پایان تاریخ سخن راندند. بعد از حوادث یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ با انتشار تبلیغات گسترده‌ای در کتاب‌ها، روزنامه‌ها، تلویزیون‌ها و اینترنت از جابجایی خطر سبز به جای خطر سرخ صحبت می‌کنند و با ساختن فیلم‌ها، مستندها و بازی‌های کامپیوتری در باره تروریسم، القاعده، بن لادن، بنیادگرایی تولید و توزیع پیراهن (تی‌شرت) با عکس‌های معنی‌دار و غیره اهدافی را تبلیغ می‌کنند؛ در نقطه مقابل نیز مقادیر قابل توجهی از محصولات فرهنگی مثل مجلات، لوح‌های فشرده اعم از موسیقی، فیلم و سایر مسائل مرتبط به این موضوعات معدوم می‌شوند. این روند، باعث درگیر شدن فزاینده فرهنگ در امور جهانی گردیده است. (نوروزی، ۱۳۸۶:۳۶۷ ـ ۳۶۸)

مباحثه در اطراف رسانه‌ها و جهانی‌شدن فرهنگ بر چند مسئله اصلی متمرکز است: اول، مسئله آثار و پیامدهای تکنولوژی‌های ارتباطی؛ دوم، شیوه‌هایی که طی

آن‌ها این تکنولوژی‌ها در مورد «جزء جزء کردن» و «همگن‌سازی» فرهنگ معاصر به‌کار می‌برند و سوم این‌که، طرح ما از آینده فرهنگی و تکنولوژی رسانه‌ها تا چه حد باید با تحلیل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیرات تکنولوژی به طور اعم همراه باشد. (اوحدی، ۶۵:۱۳۷۶)

امروزه جهانی‌شدن و توسعه ارتباطات به یُمن دستاوردهای تکنولوژیکی بشر، دنیای ما را به سمت و سوی دهکده جهانی سوق می‌دهد، از سوی دیگر این روند به اعتلای زمینه گفتمان و تبادل آرا و سلایق انسان‌ها و تماس و تلاقی بیش‌تر فرهنگ‌ها انجامیده و سؤال این‌جاست که برنده نهایی این تلاقی و تبادل فرهنگ‌ها کیست و یا این‌که آیا موفقیت نسبی الگوی لیبرالیسم اقتصادی را در یکپارچه‌سازی جهان می‌توان به حوزه فرهنگ نیز تسری داد؟ باید گفت اوضاع در عرصه فرهنگ به مراتب پیچیده‌تر از آن است که بتوان به این پرسش پاسخ داد.

اگر بخواهیم مزایای جهانی‌شدن در عرصه فرهنگ را درکنار معایبی چون از میان رفتن خرده‌فرهنگ و فرهنگ‌های ضعیف‌تر برشماریم، می‌توانیم بگوییم که جهانی‌شدن همیشه متضمن یکپارچه‌سازی فرهنگی یا غلبه فرهنگی بر فرهنگ دیگر نیست، بلکه این امکان را نیز به اقوام و ملت‌ها می‌دهد تا به صورت گزینشی شاخصه‌های فرهنگی برتر دیگر جوامع را به عاریت بگیرند و از طریق ترکیب آن‌ها با عناصر فرهنگ بومی، شکل جدیدی از فرهنگ را متناسب با نیازهای زمان خود تدارک ببینند. (حقیقی، ۵۳:۱۳۸۶)

تکنولوژی ماهواره، تبادل و تقابل فرهنگی

هارولد این سؤال را مطرح می‌کند که چگونه تکنولوژی جدید می‌تواند به سازمان رادیو و تلویزیون کمک کند تا پیامگیران امواج را به دست آورند؟ با توجه به جایگاه و موقعیت انحصاری تولیدکنندگان رسانهٔ چندوجهی و تکنولوژی ماهواره‌ای و تسلط روزافزون آن‌ها بر این تکنولوژی، عدم تعادل در رابطهٔ فرهنگ‌ها ایجاد می‌شود و در نهایت تقابل فرهنگی تحقق می‌یابد. عصر ماهواره با وجود عدم مشارکت همه‌جانبه عناصر فرهنگ‌های جهان سوم و وجود نگاه منفی به آن، تقابل فرهنگی و در نهایت اضمحلال فرهنگی را در پی دارد. (آزاد، ۱۲:۱۳۷۶)

آنچه مسلم است صاحبان تکنولوژی ماهواره و اشاعه‌دهندگان فرهنگ غربی،

درصدد تسلط فرهنگی و دنبال یکسانی فرهنگی هستند و صاحبان فرهنگ‌های مورد تهاجم قرارگرفته سعی در حفظ عناصر فرهنگی خود می‌کنند. این مسئله به مقاومت منفی فرهنگ‌های محلی و بومی و البته به سیاستگذاری فرهنگی جدیدی نیاز دارد که کار بسیار مشکل و طاقت‌فرسایی است. پذیرش ماهواره به عنوان یک پدیده جدید تکنولوژی در جهان سوم و عدم تصمیم جدی صاحبان سیاست‌های ماهواره‌ای در ایجاد ارتباط با فرهنگ‌های بومی و محلی و مشکلات اقتصادی و فرهنگی به دلیل حضور ماهواره در جهان سوم به دغدغه مهمی تبدیل شده است.

«حضور ماهواره درکشورهای توسعه‌نیافته با دو مشکل اقتصادی و فرهنگی نیز روبروست. از لحاظ حضور غیر ارادی و غیر داوطلبانه ماهواره، نوعی تأخر تکنولوژی و فرهنگی را برای این کشورها دربرخواهد داشت که ممکن است با عدم پذیرش محتوای برنامه‌های ماهواره‌ای از طرف مخاطبان ناآشنا روبروگردد. از طرف دیگر، ناسازگاری محتوای برنامه‌ها با سیستم ارزشی جامعه نیز مشکل‌زا خواهد بود.» (تهرانیان، ۱۱:۱۳۷۶)

رسانه‌های گروهی و تغییرات فرهنگی

یکی از مشخصات برجستهٔ دوران ما جایگاهی است که وسایل ارتباطی در زندگی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ملل به دست آورده‌اند. مارشال مک لوهان جامعه‌شناس معروف کانادایی در بارهٔ تأثیر وسایل ارتباط جمعی در جامعه بشری معتقد است که اگر تکنولوژی یک دوران، مصنوع فکر و عمل انسان است، می‌توان گفت که انسان هر عصر هم به سهم خود مصنوع تکنولوژی زمانی خود است. وسایل ارتباطی جمعی نه فقط در حالات و تصورات و ادراکات انسان مؤثر است، بلکه در سیستم اعصاب و ادراکات احساسی انسان نیز تأثیر گذاشته و او به طور ناخودآگاه وضع خود را از جنبه‌های مختلف با وسایل ارتباط جمعی منطبق کرده است. (طاهری، ۸۰:۱۳۸۳)

رابرت مرتون جامعه‌شناس معروف آمریکایی در این مورد می‌گوید: «رسانه‌ها ممکن است در درازمدت ساختارهای ارزشی را بسازند یا آن‌ها را دگرگون کنند.» اورث راجرز محقق آمریکایی نیز معتقد است که ارتباطات عامل دگرگونی اجتماعی هستند. (همان:۸۱)

در این میان نقش تعامل فرهنگی با گسترش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در نزدیکی فرهنگ‌ها را نمی‌توان نادیده گرفت. «اگر فرهنگ را مجموعه آداب، رسوم، عقاید، مناسبات، علوم، معارف و هنرهای یک ملت بدانیم در این صورت فرهنگ وسیله‌ای است که انسان‌ها می‌توانند از طریق آن ارتباط خود را با جهان مستحکم‌تر کنند. وقتی از هنر، علم و فن و ارتباطات سخن می‌گوییم، بحث تأثیر اطلاعات در تکامل فرهنگ‌ها نیز مطرح می‌شود. اقوام گوناگون بشر در طول تاریخ با یکدیگر در تعامل بوده‌اند. این تعامل چه در قالب ارتباطات غیر کلامی و چه در ارتباطات کلامی روز به روز گسترش پیدا کرده است، به گونه‌ای که با پیشرفت فناوری و ظهور ابزارهایی از قبیل ماهواره‌ها و متعاقباً انواع شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی، از نوع باسیم یا رادیویی، فرهنگ ملل گوناگون جهان، بیش از گذشته به یکدیگر پیوند زده می‌شود.» (تابش، ۳۷:۱۳۸۳)

امروزه در فضای سایبر تعاملات بسیار فشرده، سریع و زیاد شده است. در این شرایط هر یک از افراد و ملت‌ها به عرضه، معرفی و در عین حال، به تحمیل فرهنگی هم می‌پردازند. با پشت سر گذاردن تمدن‌های اولیه، کشاورزی و صنعتی اکنون به گونهٔ چهارم آن یعنی تمدن اطلاعاتی رسیده‌ایم که از سال ۱۹۷۰ به این طرف آغاز شده است. از مشخصه‌های تمدن اطلاعاتی این است که شیوه تولید آن عبارت از صنایع دانش ـ پایه است؛ حکومت و دولت به شیوه اقتصادی مشروعیت می‌یابد؛ مقررات و شیوه اداره جوامع به صورت فرادولتی و با حضور شرکت‌های فراملیتی و سازمان‌های غیر دولتی است و شیوه ارتباطات نیز به صورت الکترونیک، جهانی و همراه با ملاحظات جهان‌وطنانه و پاسداری از زیست‌بوم است. (نوروزی، ۳۶۷:۱۳۸۶)

تحکیم هویت فرهنگی و رسانه‌ها

استقرار سیاست‌های فرهنگی ملی، که هویت و خلاقیت فرهنگی را تقویت و رسانه‌ها را مشغول این وظایف می‌سازد، باید در معرض توجه باشد. این سیاست‌ها باید در حالی که آگاهی از فرهنگ‌های دیگر را افزایش می‌دهد، حاوی خط‌مشی‌هایی برای تأمین توسعهٔ فرهنگ‌های ملی باشد. فرهنگ هر ملت در ارتباط با دیگر فرهنگ‌هاست که هویت خویش را تعالی می‌بخشد. سیاست‌های ارتباطی و

فرهنگی باید این فرصت را تأمین کنند که هنرمندان خلاق و گروه‌های مختلف مردم عادی بتوانند صدای خویش را از طریق وسایل ارتباطی به گوش دیگران برسانند. استفاده توأم با نوآوری افراد متعلق به فرهنگ‌های مختلف از فیلم، تلویزیون یا رادیو را باید مورد مطالعه قرار داد. این تجارب، زمینهٔ گفتگوی مستمر فرهنگی را ایجاد می‌کند، که می‌توان آن را با عقد موافقتنامه‌هایی میان کشورها و از طریق پشتیبانی بین‌المللی افزایش داد. (طاهری، ۱۳۸۳:۳۹۲)

رسانه‌های نوین بدون تردید در اشاعهٔ فرهنگ و نوسازی جامعه مؤثرند، اما «به تنهایی نه سرچشمه دردند و نه سرآغاز درمان». رسانه‌ها از سویی می‌توانند انبوه مخاطبان خویش را در زیر اخبار و اطلاعات از هم گسیخته، ارزش‌های مسلط جهان صنعتی مادی‌اندیش و آفرینش رؤیا و خیال، هم از گذشته دور کنند و هم از اندیشیدن به آینده غافل سازند، اما از سویی دیگر می‌توانند میان انسان، تاریخ، فرهنگ، جامعه و جهان نیز ارتباطی تازه برقرار کنند. (خانیکی، ۱۳۷۶:۵۲)

بدون شک رسانه‌ها به بازسازی فرهنگ، افکار و عقاید موجود در جامعه می‌پردازند و تقویت‌کننده زمینه‌های فرهنگی هستند. در این میان شبکه‌های ارتباطی قدرتمندی وجود دارد که برای حفظ، تقویت و اشاعه فرهنگ بومی تلاش می‌کنند و به مقابله با آثار تخریبی فرهنگ چیرگی‌طلبانهٔ جهانی رسانه‌های ارتباط جمعی می‌پردازند.

چند راهکار برای تقلیل تبعات منفی رسانه‌ها ارائه شده است:

۱. تقویت نهاد خانواده به عنوان کانون اصلی مصون‌سازی و گزینش‌گیری فرهنگی. این نهاد با توجه به ویژگی سلامت خود در باور و فرهنگ ملی منبع اصلی در رویارویی، ادراک و انباشت انتخابی نسبت به رسانه‌های فرا ملی باشد.

۲. نهادهای اجتماعی و نیروهای فعال جامعه مدنی مانند رهبران مذهبی، روشنفکران، انجمن‌ها و نهادهای صنفی، سیاسی و فرهنگی می‌توانند به عنوان عوامل فرارسانه‌ای بومی، به صورت نامرئی ارزش‌های پنهان رسانه‌های غیر بومی را طرد کنند و تقویت این گروه‌ها به عنوان مانع جدی در اشاعه فرهنگ مسلط.

۳. تعارض میان روندهای حاکم بر فرهنگ کنونی جهان مانند «جهان‌گرایی» از یک سو و «بومی‌گرایی» از سوی دیگر امکان آن را به وجود آورده که در مقابل روند جهان‌گرایانه رسانه‌ای به وجوه محلی فرهنگ و رسانه‌های محلی بیش‌تر توجه شود. (همان:۵۳ و ۵۴)

رسانه‌های جمعی می‌توانند به جای دامن زدن به ارتباطات برتری‌جویانه یکسویه، از طریق آگاهی‌بخشی، ضمن ایجاد بستر گفتمان همگانی متقابل و احترام‌آمیز، به صلح، تفاهم و سازگاری در امور ملی و بین‌المللی کمک شایانی کنند.

علامه محمدتقی جعفری در مبحثی، فرهنگ جهانی[1] مورد نظر غرب را «فرهنگ‌زدایی به جای تعمیم فرهنگ» تعبیر می‌کند و می‌نویسد: «متأسفانه در دوران ما (اواخر قرن بیستم)، منحنی فرهنگ به جای اعتلای عناصر فرهنگی مشترک و رشد و تعالی فرهنگ‌های اختصاصی جوامع، نزول سقوطی را نشان می‌دهد که نقطهٔ عطف آن، جوامع بزرگ صنعتی دنیاست و کسی جز خودکامگان قدرت‌پرست و سلطه‌جو، عاقبتِ آن را نمی‌داند[...] قوس نزولی این منحنی با کلمه فرهنگ جدید نامگذاری شده و معنای آن استخدام همهٔ تکاپوها و تلاش‌های علمی و هنری برای ترویج اشباع همهٔ غرایز حیوانی و دور کردن مردم از اخلاق والای انسانی است.» (جعفری، ۲۲۴:۱۳۷۷)

وی می‌افزاید «وجود فرهنگ جهانی با جهانی بودن چهار حقیقت با اهمیت بنیادین: اقتصاد جهانی بشر، قدرت جهانی بشر، حقوق جهانی بشر و سیاست جهانی بشر ارتباط مستحکمی دارد.»

محمدتقی جعفری در ادامه دو ویژگی برای این فرهنگ می‌شمارد: اول، اطلاع هر کس از هویت انسان‌ها و استعدادهای مادی و معنوی مشترک آنان که یک آرمان اعلای انسانی است و آن را پذیرفته و استقبال می‌کند، دلیل آن نیز پذیرش عمومیت مسائل علوم انسانی و فرهنگ ادبی کلی است. دوم، مقصود از فرهنگ جهانی، حقایق کلی فرهنگ است نه همه پدیده‌ها و عناصر و فعالیت‌های فرهنگی مردم جوامع مختلف دنیا. منظور از حقایق کلی فرهنگ، اصول اخلاقی انسانی (نوعدوستی و...)، قبول حیات شایسته برای همه افراد بشر، قبول حیثیت و کرامت ذاتی برای همه افراد بشر، قبول آزادی معقولانه (مسئولانه) برای همه افراد بشر و قبول تلاش جدی برای پیشبرد مقاصد عالی بشر است.

بدیهی است که در صورت پی‌ریزی منطقی چهار موضوع با اهمیت و بنیادین جهانی بشر (اقتصاد، قدرت، حقوق و سیاست)، می‌توان فرهنگ جهانی بشر را

---

۱. با دخل و تصرف به نقل از محمدتقی جعفری، ۱۳۷۷: ۲۲۴ و ۲۲۷.

پی‌ریزی کرد. از سوی دیگر، همه ادیان الهی ابراهیمی که بر مبنای فطرت پاک انسان‌ها گسترده شده، از تعمیم و گسترش چنین فرهنگی حمایت جدی خواهند کرد، در غیر این صورت شکل‌گیری فرهنگی جهانی امکانپذیر نخواهد بود.

هویت

پاسخ به این سؤال که «ما کیستیم؟» تعریف هویت ماست. طبق تعریف متداول، هویت، احساس تعلق به مجموعه‌ای مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته‌اند. بدون شک ما به این سؤال با توجه به اولویت درک و در شرایط مکانی و زمانی مختلف پاسخ می‌دهیم که در مجموع معرف هویت شخصی و فرهنگی ماست. از این منظر هویت فرهنگی، حول محورهایی همچون مرز جغرافیایی (سرزمین)، دین و مذهب، باورها و سنن فرهنگی، و زبان مشترک تعریف می‌شود.

هویت ملّی

هویت ملی نوعی احساس مشترک میان انسان‌هایی است که در یک واحد جغرافیایی ـ سیاسی به سر می‌برند و دارای تاریخ، فرهنگ، دین، نژاد و... مشترک نیز هستند. هویت ملی از دیدگاه جامعه‌شناسی به مثابه نوعی احساس تعلق عاطفی نسبت به اجتماع است که موجب وحدت و انسجام ملی شده و دارای ابعاد مختلف مادی، فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی، دینی، زبانی، سیاسی، تاریخی و روانی است که سبب تفاوت جوامع از یکدیگر می‌شود.

هویت ملی قسمتی از نظام فرهنگی است که در شخصی به خودآگاهی و حضور مستمر می‌رسد و جزئی از شخصیت او می‌شود. (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱:۲۰۴)

اولین وظیفه یک نظام سیاسی ایجاد هویت ملی در میان جمعیت زیر حاکمیت خویش است و اولین قدم در این راه، جامعه‌پذیری یا انتقال مفاهیم، ارزش‌ها و دیگر تصورات جمعی به فرد است. پیوند فرد با جامعه سبب احساس پیوستگی فرد به جامعه خود و ارزش‌های آن می‌شود. هرچه این پیوند و این احساس قوی‌تر باشد هویت ملی و احساس تعلق به مجموعه‌ای که دارای ابعاد فرهنگی ـ تاریخی، روانی، اجتماعی و سیاسی است افزایش می‌یابد. (همان)

هویت فرهنگی

فرهنگ به عنوان میراث جهانی بشریت در همه مکان‌ها و زمان‌ها یکسان نیست. هر قاره‌ای، کشوری و شهری ویژگی‌هایی دارد که در غیر آن یافت نمی‌شود. به عبارت دیگر، در شرایط و مقتضیات جغرافیایی، تاریخی یا اقتصادی و اعتقادی است که ویژگی زبانی و سنتی و هنری هر جامعه یافت می‌شود. فرهنگ هر جامعه در عین حال با فرهنگ بشری نیز هماهنگ است، اما دارای ویژگی‌های مختص به خودش نیز هست. مجموعه این ویژگی‌ها، هویت فرهنگی هر منطقه و جامعه را مرزبندی می‌کند. نمونه آن فرهنگ اروپایی، فرهنگ ژاپنی، فرهنگ عربی، فرهنگ بلوچ یا کردی و... است.

هویت فرهنگی یک جامعه عبارتند از: گذشته تاریخی، حماسه‌های آباء و اجدادی، سرزمین نیاکان، زبان مادری، باورها و سنت‌های طایفه‌ای، مفاخر ملی، اسطوره‌های دینی، عصبیت‌های قومی، هنر و ادبیات موروثی. هویت فرهنگی یک جامعه به سه عامل تاریخی، زبانی و روان‌شناختی وابسته است که تلفیق این عوامل یک وضعیت ایده‌آل است. (روح‌الامینی، ۱۳۷۰: ۱۱۰ ـ ۱۱۱)

خصوصیاتی که از منظر فرهنگی باعث متمایزشدن یک جامعه از دیگر جوامع می‌شود از عام و خاص بودن فرهنگ نشئت می‌گیرد.

هویت فرهنگی بر سه رکن استوار است که عبارتند از: وجود یک فرهنگ ملی با زمینه‌های تاریخی، آگاهی از این فرهنگ و احساس تعلق به آن. در خصوص رکن اول در ایران به‌رغم پاره‌ای از اختلاف‌نظرها، اجزای آن به طرز باشکوهی به هم جوش خورده و یک نظام فرهنگی به معنای دقیق کلمه را به وجود آورده‌اند. اما در مورد رکن دوم و سوم نقایص جدی وجود دارد که رفع آن متضمن برنامه‌ریزی جدی و درازمدت است. (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱: ۲۰۵)

دوران معاصر، معمای هویت

در دوران معاصر، معمای هویت بیش از هر عصری، آدمی را به خود مشغول داشته است [...] انسان مدرن با کوله‌باری از دانش و قدرت گام در راه شناخت چیستی و کیستی خود نهاد [...] انسان می‌خواهد بداند کیست، از کجا آمده و به چه مجموعه‌ای تعلق دارد. (همان: ۲۰۲)

بحران هویت

بحران را می‌توان بر یک وضعیت یا شرایط خطرآفرین، بی‌ثبات، ناپایدار و دچار اختلال اطلاق کرد. در شرایط بحرانی دستگاه یا نظام مورد نظر کارکردی بر حسب انتظار ندارد یا ساخت آن دچار از هم گسیختگی شده است. بنابراین، «بحران هویت» پدیده یا احساسی است که از نوعی عدم ثبات، اختلال در کارکردها یا اجزا و عناصر موجود در نظام یا گسیختگی ساختی در یک «من» فردی یا اجتماعی گزارش می‌دهد. در این احساس، هم عناصر عینی دخیل هستند و هم عناصر ذهنی و عوامل فکری و ارزشی، اما آن‌جا که غلبه بر عناصر ذهنی باشد، اهمیت بیش‌تری پیدا می‌کنند. (طاهری، ۱۳۲:۱۳۸۳)

آنتادیوپ، انسان‌شناس و پزشک سنگالی، معتقد است: «هویت فرهنگی یک جامعه به سه عامل بستگی دارد: تاریخی، زبانی، روان‌شناختی.» اهمیت عوامل فوق در موقعیت‌های تاریخی و اجتماعی مختلف یکسان نیست. هرگاه این عوامل به طور کامل در یک ملت یا فرد وجود نداشته باشد، هویت فرهنگی ناقص می‌شود. تلفیق موزون این عوامل یک وضعیت ایده‌آل است. هرگاه یکی از عوامل مزبور تحت تأثیر قرار گیرد، شخصیت فرهنگی جمعی و یا فردی تغییر می‌کند و این تغییرات ممکن است تا آن‌جا ادامه یابد که موجب «بحران هویتی» شود. (روح‌الامینی، ۱۳۷۰:۱۱۱ ـ ۱۱۲)

منشأ بحران هویت

عصر ما، عصر مواجهه نظام‌های سنتی با نظام‌های جدید یا عصر تحول مدام است. تعارض یا همراهی «نو و کهنه» در دوران ما به دلیل تحولات سریع به یک مسئله جدی تبدیل شده است. در جوامع جهان سوم یا پیرامونی، به دلیل فاصله زیاد سنت‌ها از زندگی یا افکار جدید، تعارض بارز می‌شود و به حد بی‌ثباتی و ناپایداری در «منِ» جامعه می‌رسد. در این جوامع از یک سو نهادها و چارچوب‌های سنتی وجود دارند که کارکرد و ساختی متفاوت با نهادها و چارچوب‌های جدید دارند و همین امر نوعی گسیختگی واقعی را حکایت می‌کند، و از سوی دیگر، نظام فکری، نظام ارزشی و نظام عاطفی افراد در برابر دو نوع فکر، ارزش و عاطفه قرار می‌گیرد که جمع سازگار آن‌ها همیشه ممکن نیست. این تعارض‌ها وقتی تشدید می‌شود که

گروهی از افراد یا نهادهای جامعه کاملاً یا عموماً سنتی و گروه‌هایی کاملاً یا عموماً متجدد باشند و این دو گروه در عین فاصله فکری و نهادی مجبور باشند در محدوده‌هایی با هم برخورد و همکاری داشته باشند. در این‌جا بحران هویت از سطح فرد عبور می‌کند و به مسئله جامعه یا یک ملت تبدیل می‌شود. مسائلی مانند وابستگی سیاسی و اقتصادی که بعضاً ناگزیر رخ می‌دهد، تقلیدها، وادادگی‌ها، عدم موفقیت‌ها یا شکست‌ها و بی‌کارکرد شدن بسیاری از سنت‌ها نیز علل تشدید بحران هویت هستند. (طاهری، ۱۳۸۳:۱۳۳)

رمان‌های فلسفی قرن حاضر شاهد دیگری است بر مطرح شدن سؤالات اساسی بشر در مورد مرگ و زندگی. کافکا، سارتر، کامو، کازانتزاکیس و سایرین از مسخ انسان، بی‌پاسخ ماندن معنای مرگ و زندگی، بی‌هویتی انسان، از خود بیگانگی او، بی‌پناهی، پوچی، بیهودگی زندگی و حیرت و سرگشتگی بشر معاصر سخن می‌گویند. کارگردانان بزرگ جهان نظیر روبر برسون و تارکوفسکی نیز در فیلم‌هایشان بر همین مضامین تکیه دارند. اینشتین راه‌حل گریز از خلأ روانی و فقدان خوشبختی را در رفع ابهام و آشفتگی از هدف‌های زندگی می‌داند. اریک فروم و فرانکل، جستجوی معنی برای زندگی را تنها راه چاره می‌دانند. توین بی، بر یافتن جواب‌های تازه برای سؤالات تازه تأکید می‌کند و مردم را از ادامهٔ راه گذشته بر حذر می‌دارد. هانری برگسون نیاز به منابع تازهٔ اخلاقی و معنوی را عنوان می‌کند و تغییر روش اخلاقی را راه گریز می‌داند. ماکس پلانک پیروزی خدانشناسی را به معنای ویرانی فرهنگ و نابودی هر گونه امید به آینده تلقی می‌کند و خواستار مبارزهٔ نظری با خدانشناسی می‌شود. آلبرت شوایتزر بر احیای سنت‌های اخلاقی تأکید می‌کند. حال سؤالی اساسی مطرح می‌شود: آیا غرب می‌تواند با حفظ مبانی فرهنگی خود مشکلاتی را که با آن مواجه شده است از میان بردارد؟ (همان:۱۴۲)

همچنین فرایند جهانی شدن به واسطه عوامل و ساز و کارهایی، نوعی بحران هویت و معنا در جوامع مختلف جهان پدید می‌آورد و آثار این بحران هویت را در تأثیر جهانی‌شدن بر منابع و ابزارهای اصلی هویت‌ساز می‌توان مشاهده کرد.

منابع و ابزارهای اصلی هویت‌ساز عبارتند از: ۱) مکان و فضا، ۲) زمان، ۳) فرهنگ، ۴) دولت یا حکومت.

فرایند جهانی‌شدن با رها کردن فضا و زمان از قید مکان و نسبی کردن فرهنگ‌ها

و مرجع‌های اجتماعی و هویت‌سازی، معنی‌یابی به شیوه سنتی را بسیار دشوار و حتی ناممکن می‌کند. بنابراین، نوعی بحران فراگیر و فزاینده هویت و معنی جوامع مختلف جهان را دربرمی‌گیرد.

بازسازی هویت

همان‌طور که هویت، شرط لازم زندگی اجتماعی است و بدون چارچوبی برای تعیین هویت اجتماعی، انسان‌ها نمی‌توانند به صورتی معنی‌دار و پایدار با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و در واقع موجودیت جامعه زیر سؤال خواهد رفت، بنابراین بدون هویت و معنی، زندگی اجتماعی به صورتی جدی مختل می‌شود. در این میان، بازسازی هویت تنها راه انجام این مهم است.

یکی از ویژگی‌های دوران جهانی‌شدن، افزایش گستره بازاندیشی در برابر فشارهای جهانی‌شدن است. ایجاد و گسترش هویت‌های محلی و جهانی از آثار چشمگیر گسترش امواج جهانی‌شدن، به‌ویژه در عرصه فرهنگی، بوده است. این یک واقعیت انکارناپذیر است که دولت‌ها همچنان واحدهای تشکیل‌دهنده جهان امروز هستند، ولی آن‌ها تجلی صوری و رسمی هویت ملی نیز محسوب می‌شوند. در وضعیت شکل‌گیری فرهنگ جهانی به یاری تکنولوژی پیشرفته ارتباطات، پاسداری از هویت‌های بومی توسط فرهنگ‌های محلی امکانپذیر است. اینک در نقاط مختلف جهان با شیوه‌ها و ابزارهای گوناگون از فرهنگ‌های ملی در برابر هجوم سنگین فرهنگ آمریکایی دفاع می‌شود. (کولایی، ۶۳۷:۱۳۸۶)

امروز تقریباً همه جوامع جهان بحران هویت و بازسازی معطوف به آن را کم و بیش تجربه می‌کنند. با توجه به نکات ذکر شده می‌توان گفت فرایند جهانی‌شدن در عین از میان بردن منابع، امکانات و شرایط هویت‌سازی سنتی، منابع، امکانات و شرایط جدیدی را هم فراهم می‌کند. بی‌تردید، گذر از بحران هویت و معنی صرفاً در گرو توسل به خاص‌گرایی‌های فرهنگی یا تسلیم در برابر فرهنگ مصرفی نیست. هر فرد می‌تواند با استفاده از آن امکانات و شرایط، هویت خود را بازسازی کند، بدون آن‌که با تلاش بیهوده برای احیای فضاهای بسته فرهنگی و اجتماعی، اصول و بنیادهای جدیدی مانند آزادی، برابری، حقوق بشر و دموکراسی را به مخاطره بیندازد. «هویت‌هایی که این گونه ساخته می‌شوند، برخلاف هویت‌های ساخته شده

در جوامع سنتی، بسیار سیال هستند و سیال بودن زندگی اجتماعی از متصلب شدن آن جلوگیری می‌کند. مختلط و ترکیبی بودن از ویژگی‌های این‌گونه هویت است [...] این‌گونه هویت‌های سیال، پیچیده و چندگانه، گرچه آرامش و امنیت موجود در جوامع سنتی را تأمین نمی‌کنند، ولی هزینه‌ای معقول بابت گسترش آگاهی اخلاقی و فرصت‌های گزینش هستند[...] پس فرایند جهانی‌شدن با آن‌که آسودگی انسان منفعل و مقید مقیم جامعه سنتی را از بین برده، هویت‌سازی را به عملی فردمحور تبدیل می‌کند، امکان انسان بودن در عین خاص بودن را آشکار می‌کند و همچنین بی‌مرزی فرهنگ، تفاوت و گوناگونی را نشان می‌دهد. بی‌گمان با چنین بستر، شرایط و امکانات، می‌توان جهانی اندیشید و محلی زندگی کرد.» (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۶۹ - ۲۷۰)

تبادل فرهنگی

در باب تبادل فرهنگی ابتدا به مفهوم آن می‌پردازیم و در ادامه نکاتی را در بارهٔ تبادل فرهنگی، ضرورت‌ها و دورنماهای آن با تأکید بر تکنولوژی‌های ارتباطی و موانع بیان می‌کنیم و به ارائه راهکارهای تبادل فرهنگی می‌پردازیم. همچنین در خصوص تبادل فرهنگی در گذر تاریخ (تبادل فرهنگی در نگاه سنت، مدرنیته و پست‌مدرنیسم)، در صدر اسلام و از نگاه اسلام و غرب به طور اختصار مطالبی را بیان، و فرهنگ ستدنی (قابل تبادل)، شاخص‌های فرهنگی، مفاهیم اسناد رسمی در تبادل فرهنگی، رژیم‌های بین‌المللی مبادلات فرهنگی را به طور اختصار بررسی خواهیم کرد.

مفهوم تبادل فرهنگی و محدودیت‌ها و ضرورت‌ها

تبادل فرهنگی

هیچ ملتی از فراگیری و استفاده از معارف سایر ملت‌ها و ملیت‌ها در تمام زمینه‌ها از جمله فرهنگ و مسائلی که عنوان فرهنگ به آن اطلاق می‌شود، بی‌نیاز نیست و به همین دلیل تبادل فرهنگی، امری لازم و ضروری به شمار می‌آید. در طول تاریخ ملت‌ها در ارتباط خود با یکدیگر، آداب، سبک زندگی، خلقیات، علم و فن، چگونگی لباس پوشیدن، سخن گفتن (زبان)، آداب معاشرت، معارف دین و... را از

یکدیگر فراگرفته‌اند. این نحوه ارتباطی و تبادلی که تبادل فرهنگی نام دارد، مهم‌ترین نوع ارتباط ملت‌ها را در طول تاریخ تشکیل داده که گاه از تبادل اقتصادی هم مهم‌تر بوده است. ملت ایران در طول تاریخ از ملت‌های دیگر چیزهای بسیاری آموخته و به همین ترتیب فرهنگ خود را درکنار یادگیری فرهنگ دیگران، به آن‌ها آموخته است و این امر برای پایداری و پویایی معارف و حیات فرهنگی بشر در سراسر جهان روندی ضروری و مستمر محسوب می‌شود. (حسن فروتن، ۱۳۸۴)

نکات قابل توجه در تبادل فرهنگی

اصلاح نگاه به فرهنگ و پالودن و پاک کردن مناسبات فرهنگی از جهت‌گیری‌های سیاسی، از مهم‌ترین رفع موانع در تبادل فرهنگی میان ملت‌هاست.

پذیرش تکثر، به رسمیت شناختن فرهنگ‌های مختلف و نیز به رسمیت شناختن اختلافات در تمامی حوزه‌های زیست جهان از جمله مقدمات و زمینه‌های لازم برای انجام تبادل فرهنگی است.

با توجه به جهانی‌شدن و به تبع آن، کاهش حاکمیت دولت‌ها و افزایش نقش ملت‌ها، بیش‌تر مطرح شدن حقوق ملت‌ها و اهمیت تبادل بین آن‌ها نشانگر لزوم گسترش تبادل میان فرهنگ‌هاست.

تبادل فرهنگی به معنای آن است که ضمن انتقاد و نقدپذیری، نکات مثبت سایر فرهنگ‌ها را اخذ کنیم و به تصحیح ذهنیت و برداشت‌های خود و دیگران بپردازیم.

تماس فرهنگی نقطهٔ شروع تبادل فرهنگ‌هاست، ولی صرفاً به آشنایی فرهنگ‌ها با یکدیگر بسنده می‌کند.

ادغام فرهنگی به معنای پذیرش یک‌جانبه فرهنگ یا فرهنگ‌های مسلط، در پی تهاجم فرهنگی است.

تبادل فرهنگی وجهی است از وجوه زندگی؛ و هر جایی که دو فرد یا چند نفر با یکدیگر زندگی می‌کنند، تبادل فرهنگی در طیف پایین‌تری صورت می‌گیرد و در جوامع بزرگ‌تر هم تبادل فرهنگی در طیف وسیع‌تر و گسترده‌تری صورت می‌گیرد.

تبادل، در باب تفاعل، به معنای رابطه‌ای متقابل است. بدین معنی که چیزی داده و چیزی دریافت می‌شود و باید دو طرف داشته باشد، اما به هر حال یک نوع داد و ستد فکری و فرهنگی بر روی سطح کره زمین وجود داشته و دارد و «در طول تاریخ

این نوع داد و ستد که صورت گرفته است ناشی از وجود نوعی فشار اسمزی در جامعه بوده است. یعنی جامعه‌ای چیزی را طلبیده است.» (مجتبایی، ۲۴:۱۳۷۷) تبادل را باید به معنای انتقاد و نقدپذیری دانست که نکات مثبت سایر فرهنگ‌ها را اخذ کرده، به تصحیح ذهنیت و برداشت‌های خود و دیگران پرداخت.

باید توجه داشت مبادله فرهنگی، به معنای مبادله و داد و ستد به منزله بسته شدن یک قرارداد یا ایجاد رابطه حقوقی، که مفهوم اختیار از آن استنباط می‌شود، نیست، بلکه تأثیری است که دو انسان یا دو قوم از نظر فکری و جنبه‌های اجتماعی بر روی یکدیگر می‌گذارند و این نفوذ و تأثیر متقابل بدون خواسته طرفین صورت می‌گیرد. «مبادله فرهنگی دو وجه دارد: یکی داد و ستد و دیگری تأثیر و تأثر که معمولاً هر دو با همدیگر اتفاق می‌افتند. در این مبادله از آن‌جایی که محصول فرهنگی هر جامعه با خود ارزش و اصولی را به همراه دارد، جامعه مقابل پس از بازبینی ارزشی آن، در همان قالب یا با تغییر و تطبیق با نیازهای خود یا آن را می‌پذیرد یا رد یا در قرنطینه نگاهش می‌دارد. به نظر می‌آید مبادله فرهنگی از زمانی به وجود آمد که علم جدید در صدد اندازه‌گیری امور کیفی[1] با ابزار کمی[2] برآمد.» (خوشرو، ۱۳۷۷: ۲۰ ـ ۲۱)

«وقتی از تبادل فرهنگی سخن گفته می‌شود، در حقیقت مساوات دو طرف تبادل پذیرفته شده است، یعنی حق مساوی برای مبادله. این مساوات دو طرف تبادل چیزی است خاص دوره جدید که بعد از معاهده صلح وستفالی و پیدایش مفهوم جدید دولت به دست آمد و سرانجام در انقلاب کبیر فرانسه به تسجیل رسید.» (ریخته‌گران: ۲۲:۱۳۷۷)

خصوصیات ذاتی فرهنگ‌ها در بسط و گسترش آن فرهنگ مؤثر است. به طور مثال، نظام هندوها از نظر هندوان قابل بسط نیست. به عبارتی، اگر کسی هندو متولد شد، هندوست ولی اگر هندو متولد نشد، دیگر هندو نخواهد بود. در آن‌جا از دینی به دین دیگر درآمدن و یا صدور آیین برای آن‌ها معنایی ندارد و همچنین دین یهود که متعلق به یهود است و داعیه و دعوتی هم ندارد.

در تبادل فرهنگی باید موضعی داشت که همه‌چیز امکان نزدیک داشته باشند تا

---

1. Qualitaive
2. Quantitative

بتوان با آن‌ها ارتباط برقرار کرد و سپس با دیدی نقدگرایانه یا انتقادی آنچه مثبت و مناسب است، پذیرفته و آنچه مناسب نیست کنار گذاشته شود. «اگر نگاه تبلیغاتی بر روابط فرهنگی حاکم باشد و در مبادلات فقط منتظر تأثیرگذاری باشیم، ممکن است نه در جنبه ترویج دیدگاه خودی موفق شویم و نه از سرمایه‌های فرهنگی ملل دیگر بهره ببریم.» (شعاعی، ۳۲:۱۳۷۷)

«منظور از مبادله فرهنگی، اخذ و قبول علوم و آداب و تصرف در آن‌ها و آمادگی برای تعلیم و نشر آموخته‌ها و دریافت آن‌هاست. در این‌جا معامله‌ای صورت نمی‌گیرد و عقدی در کار نیست و اگر قومی امروز چیزی از قوم دیگر بگیرد، شاید چند قرن چیزی به آن قوم باز دهد و البته این هم به قصد ادای دین نیست، زیرا فرهنگ‌پذیری موقوف به تحقق قوه تمیز و نیروی طلب و شوق فراگرفتن در پذیرنده است.» (سرمقاله نامه فرهنگ، ۴:۱۳۷۷)

یادگیری یونانیان از مصریان و ایرانیان باستان، یادگیری علم و دانش در دوره بسط فرهنگ اسلامی از هند و یونان و یادگیری علم و دانش توسط اروپاییان در قرن سوم و چهارم هجری از مسلمانان از همین سنخ است.

«گسترش حوزه یک فرهنگ نیز به داد و ستد میان فرهنگ‌ها و زایش سازمان یافته و درون‌زا وابسته است.» (محمدی، ۷۳:۱۳۷۶)

در صورتی که همهٔ عناصر فرهنگی دو فرهنگ در ارتباط فرهنگی مشارکت کنند، نوعی برخورد و در نهایت تبادل صورت خواهد گرفت. در صورت مشارکت بعضی از عناصر هر دو فرهنگ تبادل توأم با تقابل و درگیری خواهد بود و در صورت عدم حضور همه‌جانبه عناصر یک فرهنگ و حضور همه‌جانبه عناصر فرهنگی دیگر، تعارض و تقابل وجود خواهد داشت. (آزاد، ۲:۱۳۷۶)

تفاوت تبادل فرهنگ با تهاجم فرهنگی

امروزه پیشرفت شتابان دانش، مرز میان ملت‌ها را در هم شکسته و پدید آمدن سیستم‌های ارتباطی، جوامع پراکنده انسانی را در یک مجموعه فرهنگی یگانه، جای داده است. به این ترتیب، بر اثر ارتباط و نزدیکی روزافزون ملت‌های گوناگون، انتقال ارزش‌ها و تأثیر و تأثرهای متقابل فرهنگی، مجموعه‌ای به نام دهکده جهانی با

گستردگی و شتاب باور نکردنی در حال شکل‌گیری است. پس باید میان دو مقوله‌تبادل فرهنگی و تهاجم فرهنگی تفاوت گذاشت.

حضرت آیت‌اللّه خامنه‌ای ـ رهبر معظم انقلاب اسلامی ـ در خصوص تفاوت تبادل فرهنگی با تهاجم فرهنگی می‌فرماید: «تهاجم فرهنگی با تبادل فرهنگی متفاوت است. تبادل فرهنگی لازم است و هیچ ملتی از این‌که معارفی را در تمام زمینه‌ها ـ از جمله فرهنگ و مسائلی که عنوان فرهنگ به آن اطلاق می‌شود ـ از ملت‌های دیگر بیاموزد، بی‌نیاز نیست. در همیشهٔ تاریخ همین‌طور بوده و ملت‌ها در رفت و آمدهایشان با یکدیگر، آداب زندگی، خلقیات، علم، لباس پوشیدن، آداب معاشرت، زبان، معارف و دین را از هم فرا گرفته‌اند. این مهم‌ترین مبادله ملت‌ها با هم بوده که از تبادل اقتصادی و کالا نیز مهم‌تر بوده است... فرهنگ دیگران را هم دو جور می‌شود گرفت. یک وقت هست که انسان مثل یک غذایی آن را مصرف می‌کند و مواد زاید آن را دفع می‌کند. ولی یک وقت هم هست دست و پای یک نفر را می‌بندند و یک آمپولی را که خود او نمی‌خواهد، به بدنش تزریق می‌کنند. این یک جور گرفتن مواد بیگانه است که با آن قبلی یکسان نیست. این تهاجم است.»

ویژگی‌ها و تفاوت‌های تبادل فرهنگی و تهاجم فرهنگی

برخی از ویژگی‌ها و تفاوت‌های تبادل فرهنگی و تهاجم فرهنگی به قرار زیر است:

۱. در تبادل فرهنگی، هدف بارور کردن و کامل کردن فرهنگ ملی و بومی است، ولی در تهاجم فرهنگی، هدف متفرق کردن، ریشه‌کن کردن و از بین بردن فرهنگ یک ملت است.

۲. در تبادل فرهنگی، ملت گیرنده فرهنگ، امور مطبوع، دلنشین، خوب و مورد علاقه را می‌گیرد، ولی در تهاجم فرهنگی، دشمن نقطه‌ای از فرهنگ خود را به ملت مقابل و گیرنده می‌دهد که از طریق آن به هدف خود دست یابد.

۳. تبادل فرهنگی دوطرفه و با علاقه‌مندی است، در حالی که تهاجم فرهنگی از طرف دشمن انجام می‌شود تا فرهنگ مقابل را ریشه‌کن کند.

۴. تبادل فرهنگی در هنگام قوت و توانایی یک ملت، ولی تهاجم فرهنگی در روزگار ضعف یک ملت صورت می‌گیرد.

۵. تبادل فرهنگی درکمال اختیار صورت می‌گیرد، در حالی که تهاجم فرهنگی با زورگویی همراه است.

۶. تبادل فرهنگی در فضای صفا و صدق و دوستی است، ولی تهاجم فرهنگی در فضای ریا و کینه‌توزی و دشمنی است.

۷. تهاجم فرهنگی، همانند تبادل فرهنگی، یک کار آرام و بی‌سر و صداست. به عبارت دیگر، کار فرهنگی اعم از تبادل فرهنگی یا تهاجم فرهنگی کاری بی‌سر و صدا بوده و نیاز به هوشیاری جدی دارد. (حسن فروتن، ۱۳۸۴)

تبادل فرهنگی؛ ضرورت‌ها و دورنماها با تأکید بر تکنولوژی‌های ارتباطی

برای حضور فعال در عرصه‌های تبادل فرهنگی باید مولد بود؛ باید با ساختن محصولات فرهنگی در عرصه فرهنگ مشارکت داشته باشیم؛ در تبادل فرهنگ‌ها با تأکید بر پیام (نه معانی)، رسیدن به اشتراک معانی مد نظر است و در این داد و ستد پیام‌ها، تکنولوژی ارتباطی اهمیت بسیار دارد.

نوعی جبرگرایی تکنولوژی ارتباطی از طریق افزایش وسایل ارتباط جمعی بر تبادل فرهنگ‌ها تأثیرگذار است و شاید بتوان گفت تکنولوژی، ایدئولوژی و فرهنگ جغرافیای محل ساخت خود را به همراه دارد و این شرایط، تبادل فرهنگ‌ها را به صورت غالب و مغلوب درآورده است.

علاوه بر دو نکته ذکر شده در خصوص تکنولوژی، باید توجه داشت، انتقال معانی از طریق تکنولوژی‌های ارتباطی صورت می‌گیرد، اما در عین حال، مؤلفه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشورها در تبادل فرهنگ‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

مطلوب ارتباطات میان فرهنگ‌ها، مشارکت طرفین در تبادل و در ساختن فهم‌ها و معانی مشترک است و به دور از تعصب باید به فرهنگ‌های دیگر و تنوع فرهنگ‌ها احترام گذاشت، این فرایند در شرایط کنونی جهان، تا حدودی ناموزون شده است و تأثیرات فرهنگی کشورهای توسعه‌یافته، به‌خصوص آمریکا، در سایر نقاط دنیا بیش‌تر به چشم می‌خورد.

در مبادلهٔ اقتصادی قواعدی وجود دارد؛ یعنی آن طرفی که سرمایهٔ بیش‌تری دارد، در مبادله بازیگرتر است. در تبادل فرهنگی نیز این حاکمیت وجود دارد. اما

اکنون این بحث جریان دارد که توان مبادله عملاً تغییر یافته است؛ یعنی توسعه تکنولوژی در مبادله‌های میان فرهنگی شرایط ناموزونی ایجاد کرده و توازن حجم مبادله به نفع کشورهای پیشرفته به هم خورده است. با توجه به این‌که در پس این تکنولوژی، معنی‌ای وجود دارد و هر تکنولوژی، متأثر از سازنده آن است، محسنیان راد در خصوص استفاده صرف از این تکنولوژی و تأثیر آن بر رابطه بین ملت‌ها می‌گوید: «ارتباط، خصلت 'فراگردی' دارد و عناصر تشکیل دهنده آن با هم در تعامل هستند، در واقع ایجاد خلل در این رابطه ناشی از خصلت ارتباط است و این به آن‌جا منتهی می‌شود که مک لوهان می‌گوید: 'وسیله، خودش پیام است.' به‌رغم آن‌که تکنولوژی نوعی ارتباط بی‌واسطه‌تر را ایجاد کرده، خود سلطه جدیدی نیز به همراه آورده است.» (محسنیان راد، ۳۵:۱۳۷۹) به عبارتی نابرابری تکنولوژی، یک سلطه جدید ایجاد می‌کند.

از آن‌جا که تبادل فرهنگی باعث پویایی فرهنگ‌ها، شناخت جوامع از یکدیگر، تسهیل روابط ملت‌ها و دولت‌ها و ایجاد بستر مناسب برای صلح و امنیت جهانی شده، توجه ویژه به این امر جلب می‌شود. «تبادل فرهنگی امری اجتناب‌ناپذیر است، اقتضای درونی و ذاتی فرهنگ‌ها، بالیدن و رشد یافتن (کارایی درونی) به همراه میل به اشاعه و گسترش (کارایی بیرونی) آن‌هاست. کارایی بیرونی فرهنگ‌ها نیرومندترین عامل محرک تاریخ آینده خواهد بود که به صورت تبادل (تعاون) یا تعارض، آینده ملت‌ها را رقم خواهد زد.» (ذکاوتی قراگوزلو، ۳۶۱:۱۳۷۷)

امروزه پیشرفت شتابان دانش، مرز میان ملت‌ها را در هم شکسته و پدیدآمدن سیستم‌های ارتباطی، جوامع پراکنده انسانی را در یک مجموعه فرهنگی بیگانه جای داده است. به این ترتیب، بر اثر ارتباط و نزدیکی روزافزون ملت‌های گوناگون، انتقال ارزش‌ها و تأثیر و تأثرهای متقابل فرهنگی، مجموعه‌ای به نام دهکده جهانی با گستردگی و شتاب باورنکردنی در حال شکل‌گیری است.

در عصر کنونی، تبادل فرهنگی میان ملت‌ها، به علت تأثیرپذیری از تشدید خودآگاهی جمعیِ منتج از جهانی‌شدن و گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی، از اهمیت و ضرورت خاصی برخوردار است. با اضافه شدن مسئله کاهش حاکمیت دولت‌ها و افزایش نقش ملت‌ها، لزوم تبادل میان فرهنگ‌ها اهمیت بیش‌تری پیدا

می‌کند. امروزه ژئوکالچر،[1] جایگزین ژئوپلتیک[2] شده است. به دلیل در هم تنیدگی ملت‌ها و تحول ساختاری در حاکمیت و گشوده شدن درهای تمدن‌ها به روی یکدیگر، حاکمیت‌ها به جای مطلق بودن «مذاکره‌ای» شده‌اند. (دهشیری، ۲۴۷:۱۳۷۹)

در این امر سیستم ارتباطات و فرهنگ به جای مکان در فضا صورت می‌گیرد. «فرهنگ همواره بستر مناسبی برای کاهش تخاصم‌ها و تضادها بوده است و به عنوان میراث مشترک بشری همواره عامل انسجام، ارتباط و گفتگوی مسالمت‌آمیز میان تمدن‌هاست.» (محمدی عراقی، ۶:۱۳۸۴)

در دهکده جهانی مک لوهان یا موج سوم الوین تافلر، باید نکات مثبت سایر تمدن‌ها و فرهنگ‌ها اقتباس شود و نکات مثبت تمدن خودی نیز عرضه شود تا بتوان در عرصه بین‌المللی حضوری با نشاط داشت. (دهشیری، ۲۴۷:۱۳۷۹)

از آن‌جا که رسانه‌ها محمل اساسی فرهنگ هستند، در برابر سیطره تکنولوژی رسانه‌ای نباید گوشه‌گیر و منفعل بود، بلکه باید با بهره‌گیری از ماهواره‌ها، خبرگزاری‌ها و تکنولوژی‌های ساخت کامپیوتر به عنوان یک وسیله ارتباطی، از طریق اخبار، جریان بین‌المللی گسترش کتاب‌ها، مجلات، فیلم‌های تلویزیونی و سایر محصولات فرهنگی به ارائه و اشاعه ارزش‌های فرهنگی خویش اقدام، و با روشنگری سیطره فرهنگ سلطه و تهاجم فرهنگی را خنثی کرد. «از آن‌جا که قدرت یا ضعف فرهنگ‌ها بیش‌تر از آنچه موقوف به قدرت و ضعف ارزش‌های سازنده آن باشد، تابع نیروی وسایل ارتباطی اشاعه‌دهنده آن‌هاست، بنابراین، فرهنگ‌های واجد نظام ارزش‌های بسیار گسترده و والا ممکن است در تماس با فرهنگ‌های دیگر که وسایل ارتباط و اشاعهٔ نیرومندی در اختیار دارند، مضمحل شوند.» (پورحسن، ۱۶۳:۱۳۷۹)

البته ما خودمان نیز در تولید این فرهنگ با وارد کردن و بومی کردن آن سهیم بودیم؛ شاید نتوان لفظ بیگانه به این فرهنگ داد. نحوه لباس پوشیدن، برخورد کردن و به همین شکل برگزاری میزگرد، بخشی از شیوه‌های مرسوم انجام امور در فرهنگ ما شده‌اند. در واقع هر جا گروه‌هایی در کنار هم زندگی کرده‌اند، عناصری از فرهنگ یکدیگر را پذیرفته‌اند و این جریان قرن‌ها ادامه داشته است.

---

1. Geo Calture　　2. Geo Politic

«ارتباطات و تعامل بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها همواره از دوره‌های کهن تا به امروز به صور مختلف وجود داشته است. میزان و کیفیت ارتباطات بین‌فرهنگی هم تابعی از شرایط و ظرفیت‌های درونی فرهنگ‌ها از یک طرف و شرایط و امکانات محیط پیرامونی آن‌ها از طرف دیگر بوده است. ارتباطات بین‌فرهنگی زمانی با فعالیت تجار و بازرگانان، جهانگردها، علما و دانشمندان در انتقال متقابل محصولات، محفوظات و دستاوردهای فرهنگی، زمانی با تهاجم به سرزمین‌های ملل دیگر و کشورگشایی‌های نظامی و گاهی در لوای روابط سیاسی و دیپلماتیک با اعزام نمایندگان فرهنگی، سفرای حسن نیت، میسیونرهای مذهبی، تأسیس مدارس و کالج‌ها و شیوه‌های دیگر تحقق می‌یافت.» (نوروزی، ۱۳۷۶:۳۶۶)

آنچه امروزه از تبادل فرهنگی مد نظر است این است که «تبادل فرهنگی، یعنی داد و ستد فرهنگی. در تبادل فرهنگی نباید به دنبال این بود که طرف مورد معامله چه فضای ذهنی دارد یا مفهوم تعهد در نظر او چیست؟ بلکه باید به دنبال عرضه محصولات فرهنگی خود بود و محصولات فرهنگی طرف مقابل را دید؛ یعنی در حوزه ترجمه، فیلم، موسیقی و نمایشگاه فعال بود. امروزه، تبادل فرهنگی در این چارچوب معنی و مفهوم می‌شود.» (مسجدجامعی، ۱۳۷۹:۲۷)

موانع تبادل فرهنگی میان ملت‌ها

این موانع در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... در دو بُعد داخلی و خارجی وجود دارد. از مهم‌ترین موانع سیاسی خارجی، قطع روابط دیپلماتیک است که مبادلات میان ملت‌ها را به حداقل ممکن می‌رساند. ساختار حکومتی با حداقل درجه برخورداری از پایگاه مردمی و یا در واقع ساختار ناهمگون و فاصله بین دولت و ملت مانع بزرگ دیگری در امر تبادل فرهنگی است.

«پذیرش فرهنگ در عرصه گفتگو، امری تعیین‌کننده در تبادل فرهنگی است... تبادل فرهنگی، امری اجباری و یا مقلدانه نیست، بلکه حادثه‌ای با خصلت مداومت و استمرار است. خودجوش بودن فرهنگ‌ها، با رجوع به اصل و ریشه و سرمنشأ، بهترین مسبب تحقق تبادل فرهنگی است. پس، می‌توان مهم‌ترین مانع بر سر راه بروز و ظهور آن را سیاست‌زدگی همه امور در دنیای امروزی دانست. محوریت و

غلبه بی‌چون و چرای سیاست در کلیه مسائل بشر، جدی‌ترین تهدید برای مقوله حیاتی تبادل فرهنگی است.» (عیوضی، ۱۳۷۹:۱۱۵ ـ ۱۱۶)

در بُعد اقتصادی، وجود شکاف اقتصادی بین ملت‌ها، و بهره‌گیری کشورهای دارای قدرت اقتصادی بالا از ابزارهای اقتصادی مثل جریان آزاد کالا و سرمایه و خدمات و فن‌آوری‌های نوین، تداعی نوعی سلطه و هژمونی به همراه داشته و عکس‌العمل ملت‌های ضعیف را برمی‌انگیزد تا به مقابله با فرهنگ هژمون برخیزند. هژمونی تاریخی سیاست بر فرهنگ از دیگر موانع عمده تبادل فرهنگی است؛ به عبارت دیگر، حاکمان سیاسی اغلب در صدد اعمال سلطه بر فرهنگ هستند.

خودستایی فرهنگی یا مطلق‌گرایی فرهنگی و تلاش برای حفظ هویت فرهنگی و عدم تأثیرپذیری از سایر فرهنگ‌ها مانع عمده دیگری در مسیر تبادل فرهنگی است. خودستایی فرهنگی مبتنی بر خلوص فرهنگی است که مقاومت‌های هویت‌خواهانه ایجاد می‌کند. انعطاف‌ناپذیری فلسفی و دینی و قلمداد نمودن خویش به عنوان معرفت غالب و به نوعی خود را نژاد برتر دانستن، دیگر مانع در مسیر تبادل فرهنگی است.

تسلط فرهنگی و جهان‌گشایی فرهنگی و خود را مرکز ثقل جهان دانستن، حاکمیت‌های مطلق و بنیادگرا به‌ویژه در نظام‌های سنتی و کشورهای چند قومیتی با ناسیونالیسم قومی و تمامیت‌خواه و مانع شدن از تبادل فرهنگی برای جلوگیری از بالکانیزه شدن، افراطی‌گری یعنی گرایش بیش از حد و شیفته فرهنگ دیگر شدن بدون بررسی ترس از استحاله از درون، تفریط‌ها یعنی سکوت‌ها و تحجرها و ترس از خودبیگانگی یا الیناسیون فرهنگی از جمله مهم‌ترین موانع دیگری است که می‌توان برشمرد.

مانع دیگر، غلبه فرهنگ شفاهی بر فرهنگ مکتوب است که موجب نامعلوم گردیدن هویت‌های فرهنگی می‌شود و توسعه ارتباطات که باعث تبدیل فرهنگ شفاهی به فرهنگ رسانه‌ای می‌شود. البته این امر همچنین در درازمدت باعث کاهش ابهامات ناشی از فرهنگ شفاهی خواهد بود.

تعامل فرهنگی در صورتی جایگزین تقابل فرهنگی خواهد شد که پیش‌شرط‌های زیر فراهم شود:

۱. انطباق محیط ادراکی و روان‌شناختی با محیط عینی و عملیاتی: یعنی در

صورت فقدان دشمنی، نفرت و بدبینی و در سایه اعتمادسازی متقابل، شاهد نفی خشونت، تعارض و جنگ در عرصه بین‌الملل خواهیم بود.

۲. احتساب تنوع‌های دینی، قومی، اجتماعی، فرهنگی و تمدنی: یعنی فرهنگ‌ها باید چنین احساس کنند که منافعشان به یکدیگر گره خورده است؛ به گونه‌ای که نفع یکی ملازم با زیان دیگری دانسته نشود. تنوع فرهنگ‌ها، عاملی برای قدرت فرهنگ‌هاست، نه علتی برای اختلاف و تفرقه. تمدن نیز ابزاری برای تعامل و تکامل است نه سلطه‌جویی و تفاخر فرهنگی.

۳. پذیرش تنوع‌های فرهنگی: یعنی قبول تساوی و برابری حقوق و آزادی برای تمام فرهنگ‌ها، تمدن‌ها و قومیت‌های مختلف و متنوع؛ پذیرش تفاوت‌های روشنفکرانه، مذهبی، ایدئولوژیکی و فرهنگی و شناسایی سایر تمدن‌ها به عنوان تمدن‌های مهم و مستقل. این امر موجب رفع نگاه تبعیض‌آمیز به یک تمدن، نفی اعتقاد به برتری آن و تقلید نکردن سایر تمدن‌ها از آن خواهد شد.

۴. در نظر گرفتن گفتگوی فرهنگی به عنوان تنها راه‌حل: یعنی کشورها نباید به تضارب آرا، زورگویی و راه‌حل‌های قهرآمیز با پشتوانه نظامی بیندیشند.

۵. فقدان نظم هژمونیک: گفتگوی فرهنگی بهینه، زمانی امکانپذیر است که قدرت‌های بزرگ در صدد فزون‌خواهی و سلطه‌جویی بر کشورهای ضعیف برنیایند. گفتگوی فرهنگی بهینه، زمانی میسر است که دوران تکنولوژی قطبی فرهنگی و سیاسی پایان یابد و کثرت‌گرایی جهانی بر مبنای عدالت، برابری حقوق، آزادی بیان و مذهب و سهیم بودن تمامی تمدن‌ها در نظام تصمیم‌گیری جهانی تحقق یابد.

۶. تحمل عقاید و احترام متقابل میان ملت‌ها: مهم‌ترین قاعده گفتگوی بهینه و تعامل مثبت میان ملت‌ها سعه صدر، بردباری، تسامح و تساهل و احترام به اندیشه‌ها، اعتقادات مذهبی، نژادها، رنگ‌ها و ملیت‌هاست.

۷. خودداری سیاستگذاران فرهنگی از تخریب، تهدید و اهانت به ارزش‌های فرهنگی دیگران به هر بهانه و شکل: نظیر اهانت‌های اخیر به مقدسات ملل اسلامی در رسانه‌های غربی و بی‌توجهی و گاه حمایت محافل سیاسی آن‌ها از این جریان ضد فرهنگی و ضد تعامل.

۸. رفع تضاد میان ملت‌ها و حکومت‌ها: گفتگوی میان تمدن‌ها زمانی عملی است که حکومت‌ها نماینده واقعی افکار و آرای مردم خود باشند.

۹. افزایش فعالیت، همکاری و حمایت نهادهای بین‌المللی از گفتگوی تمدن‌ها. (محمدی عراقی، ۷:۱۳۸۴)

راهکارهای افزایش تبادل فرهنگی[1]

بدون شک مبادله در سطح ملت‌ها نسبت به دولت‌ها از پایداری بیش‌تری برخوردار است، دلیل این امر هم در شرکت سازمان‌های غیر حکومتی و فارغ از سیاست در این مبادله و ریشه‌دار بودن آن است. برای افزایش تبادل فرهنگی میان ملت‌ها می‌توان راهکارهای زیر را در نظر گرفت:

۱. برقراری تمایز بین سطوح تبادل فرهنگی: به عبارت دیگر مشخص نمودن تبادل میان ملت‌ها و دولت‌ها یا میان دو طبقه از دو جامعه.

۲. اهمیت قائل‌شدن به دانشگاه‌ها: زیرا دانشگاه بهترین فضای فکری برای تبادل فرهنگی است.

۳. پذیرش وحدت در عین کثرت: یعنی پذیرش این‌که فرهنگ‌ها در عین کثرت، دارای مشترکاتی نیز هستند و یا عین تغییر از ثبات برخوردارند.

۴. پذیرش تکثر فرهنگی: یعنی تبادل فرهنگی زمانی امکانپذیر است که گستره تحمل فکری و مدارا وجود داشته و سیر صعودی داشته باشد.

۵. تصحیح محیط ادراکی ـ روان‌شناختی ملت‌ها: یعنی گفتگوی نخبگان دو ملت بدون پیشداوری.

۶. پرهیز از سلطه‌جویی: روابط باید دو سویه باشد تا تعامل و همجوشی فرهنگ‌ها به وجود آید. به عبارتی نفی استثمار، نفی سیطره و نفی هژمونی در این روابط.

۷. پایه‌ریزی تبادل فرهنگی بر پذیرش حقوق بشر و حرمت انسانی: به‌ویژه آن‌که در دوره پسا وستفالی، سخن از جایگزینی ملت ـ دولت به جای دولت ـ ملت به میان آمده است، ضرورت بازتعریف قواعد بازی و معیارهای مذاکره و مبادله میان ملت‌ها اهمیت پیدا می‌کند.

۸. رفع موانع سیاسی و دیپلماتیک: رفع این مشکل خودبخود سطح تبادل را گسترش می‌دهد.

---

۱. با دخل و تصرف نقل از دهشیری، ۱۳۷۹: ۲۵۱ ـ ۲۵۶.

۹. خلق معانی مشترک با بهره‌گیری از ارزش‌های مشترک فراملی و بین‌الاذهانی: مثلاً واژه فرهنگ در هر کشور یک معنی دارد. گفتگو و همفکری و تعاطی آرای نخبگان بین ملت‌ها می‌تواند ذهنیت‌ها را بازشناسد.

۱۰. دستیابی نخبگان هر کشور به فهم و استنباط مشترک: به عبارتی دیگر، درک واحد و انسجام فکری بین نخبگان در باره جامعه وجود داشته باشد. مثلاً در کشاکش فرهنگی بین سنت و مدرنیته در جامعه‌ای باید به یک درک مشترک رسید.

۱۱. پرهیز از تحجر و اعمال سیاست‌های باز مبتنی بر ابزارهای جاذبه‌ای و مسالمت‌آمیز: یعنی ملت‌ها با بازسازی درونی فرهنگ ملی با بهره‌گیری از آرای روزآمد و نوین و توجه به نیازهای منطقی جامعه و جامعه‌ها، ظرفیت مبادله با سایر فرهنگ‌ها را افزایش دهند.

۱۲. امکان رقابت بین کلیه فرهنگ‌ها: رقابت زمانی امکانپذیر است که اندیشه‌ها در محیط آزاد، به دور از هرگونه پیشداوری، سلطه و تحمیل بتوانند مطرح شوند.

۱۳. ایجاد توازن میان اولویت‌های داخلی و خارجی در یک جامعه: یعنی حکومت‌ها به عنوان نماینده مردم در عین مبادله با سایر ملت‌ها، به مردم خودشان نیز در داخل توجه کنند؛ به عبارت دیگر، همزمان با اغنای فرهنگ داخلی، مراقب تهاجم فرهنگی هم باشند.

۱۴. افزایش امکان گفتگوهای در زمانی: یعنی مراوده شهروندی وجود داشته باشد و ملت‌ها بتوانند از فرهنگ یکدیگر در گذشته و حال باخبر باشند.

باید توجه داشت نوع دیگری از مبادله فرهنگی به دو شکل امکانپذیر است: یکی به صورت فرهنگ‌گرایی[1] یعنی تغییر پوسته‌های فرهنگ؛ به طور مثال، ما افکار خود را داریم ولی لباسی شبیه غرب می‌پوشیم. شکل دیگر فرم‌پذیری[2] که به معنای پذیرش هسته فرهنگی سایر ملت‌هاست. مانند فرزند ایرانی مقیم خارج که رفتار و طرز فکرش متأثر از فرهنگ میزبان است.

فائق آمدن فرهنگ بومی بر تکنولوژی، تعریف بار معنایی جدید برای کاربرد تکنولوژی، روزآمد کردن روابط و مبادلات فرهنگی، کنار گذاشتن ابزارهای قدیمی و ناکارآمد، تلاش برای اعتمادسازی در عرصه تبادل فرهنگ‌ها، تقدم و توجه به

---

1. Culturalism
2. Acculturation

محتوا و نه فرم و صورت و احیای ارزش‌های دینی و ملی از دیگر راهکارهای بنیادین برای جلوگیری از مواجه‌شدن با وضعیت نامساعد در عرصهٔ تبادل فرهنگ‌هاست.

تبادل فرهنگی در نگاه سنت، مدرنیته و پست‌مدرنیسم

از آن‌جا که سه انگاره سنت، مدرنیته و پست‌مدرنیته بستر بسیاری از جوامع در برخورد با مسائل گوناگون زندگی بشری میان ملت‌ها و دولت‌هاست، بررسی موضوع تبادل فرهنگی در این چارچوب ضروری به نظر می‌رسد. باید توجه داشت که سنت با هرگونه تغییر و دگرگونی مخالف است و اصولاً تجربه گذشتگان را بهترین وسیله بهبود زیست جهان انسانی می‌داند و از طرفی به جهت تأکید بر ارزش‌های خود از قبیل عادات، آداب، رسوم و نیز نفی توانایی عقلی، از منظر سنت‌گرایی امکان انجام تبادل فرهنگی ضعیف به نظر می‌رسد یا این امکان وجود ندارد.

دیدگاه مدرنیته نیز با آنکه بر مفاهیمی چون تغییر، عقل‌گرایی، انسان‌محوری، آزادی و تساهل تأکید می‌کند، اما عملاً خود را برتر از دیگر اندیشه‌ها می‌داند و با عدم پذیرش نظر مخالف، گرایش به سلطه در سطح جهانی در مسائل مختلف دارد. به همین دلیل بستر و امکان تبادل فرهنگی را از بین می‌برد. تبیین و تحلیل فوکویاما از پایان تاریخ به نفع لیبرال دموکراسی و هانتینگتون از برخورد تمدن‌ها از همین اعتقاد به حقیقت و ارزش‌های مطلق مدرنیته ناشی شده و این تفکر عامل نفی ارزش‌های فرهنگی ملل از طریق یکسان‌سازی فرهنگی و برتری و سلطه در جهان است. باید توجه داشت در نظریات هانتینگتون و فوکویاما، برای تبادل فرهنگی جایی وجود ندارد، زیرا اصل بر دشمنی و تضاد است.

پست‌مدرنیته با رد اندیشه حقیقت مطلق و رد حقانی بودن یک طرف و با نسبت باوری و ارزش دادن به ارزش‌های قومی و فرهنگی جوامع مختلف و تکیه اصلی این تفکر بر بومی‌سازی، سعی دارد تا حد ممکن از دموکراسی مستقیم در عرصهٔ سیاست و فرهنگ بومی در حوزه فرهنگی دفاع کند.

در این میان توجه به این نکته ضروری است که «لازمهٔ هر گونه تبادل فرهنگی، پذیرش تکثرها و تنوع در عرصه فرهنگ است. در جهانی که ما زندگی می‌کنیم، تعدد

فرهنگی حاکم است و این امر بر تفاوت‌ها تأکید دارد. یکی از مفروضه‌های اساسی تبادل فرهنگی این است که افراد جامعه تفاوت‌ها را به رسمیت بشناسند. به عبارت دیگر، شناخت اختلافات، مقدمهٔ هر گونه تبادل فرهنگی است.» (اطهری مریان، ۱۲۶:۱۳۷۹)

به این ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت از آن‌جا که پذیرش تکثر، به رسمیت شناختن فرهنگ‌های مختلف و نیز به رسمیت شناختن اختلافات در تمامی حوزه‌های زیست جهان از جمله مقدمات و زمینه‌های لازم برای انجام تبادل فرهنگی است، از نظر سه انگاره مذکور، انجام تبادلات فرهنگی تنها در چارچوب فکری جامعه پست‌مدرن مقدور و ممکن به نظر می‌رسد.

نمونهٔ کامل تبادل فرهنگ‌ها در صدر اسلام

در صدر اسلام، اسلام به عنوان یک قدرت سیاسی در طول پنجاه سال از شرق تا مرزهای چین و از شمال و غرب تا مرزهای اروپا و بخش‌هایی از آفریقا پیشرفت کرد، ولی این قدرت سیاسی دارای فرهنگ دینی مانند فقه و اصول و تفسیر بود، در حالی که یک جامعه به علومی مانند فلسفه و کلام و ادبیات و صرف و نحو و سایر علوم و فنون نیازمند است. در واقع این تمدن نو، برای پر کردن خلأهای فرهنگی خود توجه ویژه‌ای به فرهنگ‌های ایرانی، هندی، غربی و یونانی داشت و ترجمه‌هایی که در سه قرن اول اسلامی از زبان‌های سریانی و گاهی از یونانی و هندی به زبان عربی صورت می‌گرفت، برای پاسخ به نیازهای آن روزگار بود. به عبارتی، این تمدن برای پاسخگویی به سؤالات مردم علاقه‌مند به این دین، نیاز به تحول داشت و این دین نو برای ساختن تمدن نو به عناصر و اجزای سازنده آن احتیاج داشت و تا آن‌جا که ممکن بود از تجربیات و یافته‌های فرهنگ‌های پیش از خود از شرق و غرب استفاده کرد. این یکی از بهترین نمونه‌های برقراری ارتباط بین فرهنگ‌هاست. البته برای درک مفهوم این الگو باید به آموزه‌های قرآن کریم مراجعه کنیم: «فبشر عباد الذین یستمعون القول و یتبعون احسنه: اسلام این‌گونه در را باز گذاشته است تا مردم از هر آن‌جایی که ممکن است، سخن خوب را فراگیرند.» یعنی تشویق به یادگیری تمام آن چیزهایی که عناصر و اجزای تمدن یا فرهنگی را به وجود می‌آورد. لذا همان‌طور که اشاره شد از تمامی تمدن‌ها همچون هند و یونان و

ایران باستان بهره بردند و همواره در تمامی جریان‌ها و روندهای یادگیری، راه را باز می‌گذاشتند. تعبیراتی همچون «انظروا الی ما قال و لا تنظروا الی من قال»، دال بر این است که از فرهنگ‌های دیگر هم استفاده کنید و همین فراگرفتن از دیگر فرهنگ‌ها باعث شد که این تمدن شکوفایی بی‌نظیری پیدا کند که در میان تمدن‌های بشری بی‌سابقه بوده است. (محقق داماد، ۲۶:۱۳۷۷)

از این مبحث می‌توان نتیجه گرفت که «چون اسلام برای خودش چارچوب و بنیان‌های فکری و تمدنی قائل بود، سیاست آن، سیاست هضم است نه سیاست جذب.» (همان:۲۷)

«مناظرات امام رضا(ع) در دربار مأمون در خراسان با بزرگان ادیان گوناگون و مناظرات یاران ائمه(ع) با دیگر فرق و مذاهب و ادیان در ایران، چهره‌ای دیگر از عمق مبادلات دینی ادیان در ایران است.» (احمدزاده، ۵۴۴:۱۳۸۶)

گرفتن دانش و مهارت‌های گوناگون و کشف مجهولات و نمونه‌برداری از ابزار کار و زندگی دیگر ملت‌ها، بخشی از تبادل فرهنگی به شمار می‌رود. این همان چیزی است که اسلام آن را تأیید کرده است. پیامبر اکرم(ص) فرمود: «اطلب العلم و لو کان بالصین: دانش را فرا بگیرید، هر چند لازم باشد به چین بروید.»

بنابراین، تبادل فرهنگی که همان ارتباط منطقی و درست فرهنگ‌هاست، می‌تواند در پیشرفت ارزش‌های انسانی و بهسازی زندگی بشر سودمند افتد، زیرا همه مردم جهان از تجربه آگاهی و باورهای درست یکدیگر بهره می‌برند و از آزمایش روش‌های نادرست آزموده شده بی‌نیاز می‌شوند. بر این اساس، باید از تبادل فرهنگی استقبال کرد. البته باید توجه داشت که خودباوری، اعتماد به نفس، شناخت و ایمان به ارزش‌های انسانی و الهی فرهنگ خودی، پیش‌شرط پیروزی در عرصه تبادل فرهنگی است.

امید می‌رود نظریه گفتگوی تمدن‌ها که از سوی سید محمد خاتمی رئیس‌جمهور سابق کشورمان در سازمان ملل مطرح شد و سال ۲۰۰۱ به عنوان سال گفتگوی تمدن‌ها (به عنوان عامل راهبردی جهت اصلاح شرایط بشریت در سراسر جهان) از سوی این سازمان مورد تصویب قرار گرفت، موجبات تعالی و پیشرفت بشر در این قرن شود و صلح و دوستی را برای تمامی ملت‌ها به ارمغان بیاورد. شاید بتوان گفت در این نظریه، همه در طرح مسائل و اندیشه‌های خود محق دانسته

می‌شوند و همه باید هم گوینده و هم شنونده اندیشه‌ها و نظریه‌های پیشنهادی تمدن‌ها باشند و همهٔ فرهنگ‌ها و تمدن‌ها از اعتباری برابر برخوردار باشند و تنها منطق و استدلال و ارزش‌های بشری میزان و شاخص باشد. اکنون بر اندیشمندان و فرهیختگان جهان است که زوایای پنهان و مبهم این طرح را روشن کنند و استقبال جهانیان از این طرح و حمایت اندیشمندان و سیاستمداران نشانگر وجود ضمیر انسانی و نهاد پاک بشری در دنیای بحرانی امروز است.

استقبال اندیشمندان و رهبران ادیان و مکاتب مختلف از جمله اسلام و مسیحیت، دو دین بزرگ دارای پیروان زیاد در جهان، از گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و تکیه بر رجعت دنیا به معنویت و ارزش‌های انسانی که وجه مشترک همه ادیان، مکاتب و فرهنگ‌ها در کنار پیشرفت‌های علمی حیرت‌آور و سریع بشر است، می‌تواند تکیه‌گاه خوبی برای همه بشریت و زیربنای صلح و دوستی در جهان مدرن باشد. (کوهن، ۶:۱۳۷۹)

در نظر گرفتن و رعایت قواعد گفتگو و توجه به ویژگی‌ها، خصلت‌ها و الزامات فرهنگی و اجتماعی طرف‌های مذاکره‌کننده می‌تواند موجبات گفتمان‌ها و تفاهم‌های دقیق‌تر و بیش‌تری را در بین ملت‌ها و دولت‌ها فراهم آورد، که گامی هر چند کوچک در جهت تحقق جامعهٔ مدنی جهانی، یعنی آزادی در اندیشه، منطق در گفتگو و قانون در عمل باشد، تا از این رهگذر صلح و دوستی را برای بشریت به ارمغان آورد.

«فرهنگ نه تنها در شیوه‌ای که یک جامعه حیات و وجود خود را بر آن اساس سامان می‌دهد، بلکه در چگونگی اولویت‌بندی اهداف و ارزش‌هایی که جامعه می‌خواهد به آن دست یابد و یا از آن‌ها دفاع کند نیز تجلی می‌یابد. این ساختار است که به‌طور اساسی مشخص می‌کند جامعه‌ای که آمادهٔ مذاکره شده است چه جامعه‌ای است.» (همان:۷۴)

باید توجه داشت رویکردهای فرهنگی کشورهای مختلف در مذاکرات و گفتگوهای بین‌المللی و ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی بعضی از کشورها و همچنین تأثیرات آن‌ها را بر روند گفتگو و مذاکره نمی‌توان نادیده گرفت.

«هر چند گفتگوی تمدن‌ها، تبادل اندیشه‌ها میان اندیشمندان و فرهیختگان است، اما با بسط و رواج ادبیات گفتگو و با تحکیم منطق و روش مباحثه میان

فرهنگ‌های گوناگون، راه تفهیم و نیل به درک متقابل و حل و فصل مسالمت‌جویانهٔ مسائل به هنجاری احترام‌آمیز، بردبارانه و دوستانه، میان ارباب سیاست و قدرت گشوده می‌شود.» (خرازی، ۱۱۹:۱۳۸۴)

نگاه غرب به تبادل فرهنگی

هدف این بحثِ کوتاه روشن کردن نگاه غرب به تبادل فرهنگی و جایگاه این امر حیاتی در جوامع کنونی است. لازم به یادآوری است که عامل فرهنگ در روابط بین‌الملل از دههٔ ۱۹۷۰ به بعد به‌طور جدی وارد این عرصه شده است و این زمان دقیقاً همزمان با شکل‌گیری انقلاب تکنولوژی و مطرح شدن فرهنگ به عنوان قدرت نرم و اهمیت و جایگاه آن در جنبش‌ها و بیداری ملت‌ها و تأثیر آن بر سیاستمداران است.

«هانتینگتون پیش‌بینی کرد که چالش‌های آینده روابط بین‌الملل در قالب رویارویی حوزه‌های مختلف فرهنگی و برخورد تمدن‌ها به تجلی خواهد نشست. فرهنگ غرب که فرهنگی پیشرو و مترقی است از سوی حوزه‌های دیگر به‌ویژه حوزه تمدن اسلامی و بودایی به مبارزه طلبیده خواهد شد.» (نقیب‌زاده، ۵۰:۱۳۸۱)

فرانسیس فوکویاما، در کتاب پایان تاریخ و واپسین انسان، می‌نویسد: «پایان تاریخ زمانی است که انسان به شکلی از جامعهٔ انسانی دست یابد که در آن عمیق‌ترین و اساسی‌ترین نیازهای بشری برآورده شود. بشر امروز به جایی رسیده است که نمی‌تواند دنیایی ذاتاً متفاوت از جهان کنونی را تصور کند؛ چراکه هیچ نشانه‌ای از امکان بهبود بنیاد نظم جاری وجود ندارد. دموکراسی لیبرالیستی، نقطه پایان ایدئولوژیک بشر و آخرین شکل حکومت بشری است و در این مقام 'پایان تاریخ' به شمار می‌آید.»

دیدگاه فوکویاما دقیقاً بر مسئله یکسان‌سازی فرهنگی، تحقیر فرهنگ و اندیشه‌های دیگر، برنتابیدن اندیشهٔ دیگر که از مهم‌ترین موانع گفتگوی فرهنگ‌هاست، تأکید دارد.

توین بی نیز معتقد است که تاریخ بر اساس دو حالت تهاجم و تدافع حرکت می‌کند؛ این تهاجم و تدافع، حالتی جدی و متوالی دارد و موجب می‌شود که نوعی فرهنگ به وجود آمده، رشد کند، ضعیف شود و در برابر تهاجم فرهنگی جامعه و یا تمدن دیگری نابود شود. (عیوضی، ۱۱۹:۱۳۷۹)

از این مختصر می‌توان نتیجه گرفت که دیدگاه غرب با اثبات یک فرهنگ و نفی دیگر فرهنگ‌ها به دنبال یکسان‌سازی فرهنگی است و با تکیه بر برتری تکنولوژی و بهره‌گیری به‌ویژه از ابعاد رسانه‌ای آن به توجیه یکطرفه رفتار خود می‌پردازد و به همین ترتیب سعی می‌شود اقدامات سرکوبگرانه جهان غرب به عنوان اقدامات تدافعی توجیه شود.

کدام فرهنگ ستدنی‌تر است؟[1]

در بحث تبادل فرهنگی، پاسخ به این سؤال شاید برای درک بهتر این موضوع کمک شایانی کند. باید گفت انسان برای پاسخ به تمنای وجود و تحقق ذات انسانی و فرو نشاندن اضطراب عدم، باید سه گونه نیاز خویش را البته سخت در هم تنیده و به نوعی تا حد محال امکان جداکردنی در عالم واقع، برآورده سازد. این نیازها عبارتند از:

۱. گروه نیازهای عقلانی: این گروه نیازها، شامل هر گونه تفکر، منطق، ریاضیات محض، محاسبه،[2] فلسفیدن، الهیات، تجربیات حسی منتج به کشفیات عملی قانونمندانه است. انسان به طور غریزی موجودی عاقل است و نسبت به خرد و خردمندی، کششی غریزی دارد. رفع این نیاز، پاسخی به تمنای وجود اوست.

۲. گروه نیازهای عاطفی: این گروه شامل امور احساسی و عاطفی نظیر پرستش، عشق، عرفان، هنر، شور، شعر، معنی، معاد، اخلاق، مقبولیت اجتماعی، خلاقیت‌ها، بدایع الهام‌گونه و... است که حداقل در نخستین تحلیل، فاقد توضیح و توجیه عقلانی است و انسان تمایلی شهودی و باطنی به آن‌ها دارد. مفاهیمی چون خوب و بد، عدالت و ظلم، زیبایی و زشتی، عشق و نفرت، دگرخواهی و خودخواهی در این گروه نیازهای انسانی است که در تمام تمدن‌ها و در سرتاسر حیات انسان شاهد آن هستیم. پاسخ به نیاز احساسی و عاطفی انسان‌ها، پاسخ به تمنای وجودشان برای بودن و ماندن و فرو نشاندن اضطراب عدم و نبودن است.

۳. گروه نیازهای جسمانی: این گروه از نیازها صرفاً متوجه بقای جسمانی انسان نظیر غذا، لباس، سرپناه و... است. تلاش برای رفع این نیازها، پاسخی است که انسان بالضروره به اضطراب وجود می‌دهد و تا پایان عمر نیز به نوعی دغدغه آن را دارد. با

---

۱. با دخل و تصرف به نقل از ناظرزاده کرمانی، ۱۳۷۷: ۷۴ - ۸۰.

2. Ration

توسعه جوامع انسانی، فرهنگ مربوط به این دسته از نیازها نیز گسترده‌تر و متنوع‌تر و آمیخته با سایر وجوه انسانی و دیگر گروه نیازها شده است.

با توجه به این مقدمه، پاسخ سؤال عنوان این مبحث این است که: فرهنگی که بتواند برای رفع حداقل یکی از این سه دسته نیاز، مساعدت کند. پس، آن دهندهٔ فرهنگی موفق‌تر است که قبل از ارسال داده، یا پیام فرهنگی، اولاً، نیازهای واقعی ستاننده احتمالی کالای خود را به درستی بشناسد و ثانیاً، داده او در اصل و فی‌الواقع بتواند آن نیاز به‌خصوص را رفع کند. به عبارت دیگر، از آن‌جا که بزرگ‌ترین اضطراب انسانی، دغدغه وجود است و نیز تحقق ذات انسانی پاسخ به تمنای وجود (بقای جسم و جاودانگی روح) است، فرهنگی ستاننده می‌شود که بتواند پاسخگو و رافع یکی از نیازهای سه‌گانه انسان شود. این امر نشانگر و مؤید ضرورت دقت و برنامه‌ریزی علمی و آگاهانه دست‌اندرکاران در امر تولید و توزیع کالاهای فرهنگی است که برای توفیق در این داد و ستد فرهنگی باید حداقل یکی از نیازهای سه‌گانه انسان را برای تولید در نظر بگیرند.

مبادلات کالاهای فرهنگی؛ شاخص فرهنگی[۱]

کالای فرهنگی به وسایل، ابزار و تولیداتی اطلاق می‌شود که به نوعی در پیشبرد اهداف فرهنگی مؤثرند. این کالاها و اقلام را در سطح بین‌المللی می‌توان به صورت زیر طبقه‌بندی کرد:

۱. اقلام و ملزومات چاپی و ادبیاتی (کتاب، نشریات، دیگر اقلام چاپ)
۲. موسیقی (تجهیزات و تولیدات سماعی)
۳. هنرهای بصری (نقاشی، هنرهای سنتی)
۴. سینما و فتوگرافی (تجهیزات و تولیدات عکاسی و سینمایی)
۵. رادیو و تلویزیون (گیرنده‌های رادیویی و تلویزیونی)

باید یادآور شد که صادرات و واردات کالاهای فرهنگی یکی از شاخص‌های فرهنگی مهم تلقی می‌شود و جالب آن‌که صادرات کالاهای فرهنگی به دلیل فنی و تکنیکی بودن ابزار آن، به طور مستقیم به وضعیت تکنولوژیکی و صنعتی کشور

---

۱. سعدالله مسعودیان، سیری در مؤلفه‌های فرهنگی جهان، معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲، صص ۱۴ ـ ۱۸.

صادرکننده معطوف می‌شود. به عبارت دیگر، ذکر شاخص صدور کالاهای فرهنگی، بیش‌تر نشان‌دهنده وضعیت توانایی صنعتی و تکنیکی کشورهاست تا بیان‌کننده جایگاه فرهنگی آنان.

در بررسی آمار و اطلاعات به دست آمده از مبادلات بین‌المللی اقلام فرهنگی، دو نکته زیر مؤید این مطلب است و نیز می‌توان نتیجه گرفت که نمی‌توان نظام و فرمولی خاص را برای مقایسه شاخص‌های فرهنگی کشورها در بحث مبادلات کالاهای فرهنگی در دنیا عرضه کرد.

۱. صادرکنندگان عمده کالاهای فرهنگی در دنیا، بی‌نیاز از واردات این کالاها و کالاهای مشابه نبوده و در بعضی موارد صادرکنندگان عمده اقلام فرهنگی، واردکننده عمده این کالاها در دنیا نیز هستند.

۲. در حالی که بیش از ۷۰ تا ۸۰ درصد صادرات کالاهای فرهنگی در انحصار ده تا دوازده کشور دنیاست، با تعجب مشاهده می‌شود ۶۰ تا ۸۰ درصد واردات کالاهای فرهنگی نیز به بازار این کشورها سرازیر می‌شود.

مفهوم‌شناسی تبادل فرهنگی در اسناد رسمی:[۱]

باید دانست آنچه در اهمیت تبادل فرهنگی پیشاپیش گفته شده، در یک چارچوب رسمی بین دولت‌ها از طریق امضای توافق و تفاهمنامه‌هایی به اجرا درمی‌آید. در این بخش به برخی مفاهیم مهم که در این ارتباط به‌کار گرفته می‌شود می‌پردازیم.

معمولاً دولت‌ها با اهداف زیر به برقراری روابط فرهنگی و انعقاد موافقتنامه‌های فرهنگی و یا علمی و فنی با سایر کشورها مبادرت می‌ورزند:

۱. توسعه و تحکیم روابط دوستی با سایر کشورها که نهایتاً به حفظ صلح جهانی کمک می‌کند.

۲. توسعه و نفوذ فرهنگی در خارج و شناساندن فرهنگ و ادب و تمدن و ارزش‌های ملی خود به خارجیان.

۳. آگاهی از مظاهر فرهنگ‌های دیگر جهان و اخذ تکنولوژی و آخرین پیشرفت‌ها و دستاوردهای علمی از خارج.

---

۱. فرهاد بیات، چگونگی تنظیم و انعقاد موافقتنامه‌ها و تفاهمنامه‌ها و برنامه‌های مبادلات فرهنگی، علمی، آموزشی و فنی، وزارت امور خارجه، ۱۳۸۰.

۴. توسعه نفوذ سیاسی و اقتصادی در سایر کشورها.

توجه به این نکته ضروری است که به دست آوردن نفوذ سیاسی و اقتصادی بدون داشتن پایگاه فرهنگی در یک کشور ضعیف است. افزایش پذیرش دانشجویان جهان سوم توسط آمریکا و فعالیت انجمن‌های فرهنگی و زبان‌آموزی برخی از کشورهای اروپایی مانند انگلیس، آلمان، فرانسه و ایتالیا در کشورهای جهان سوم نیز بیش‌تر در جهت تحقق این هدف صورت می‌گیرد.

روابط فرهنگی دوجانبه و چندجانبه

فعالیت‌های فرهنگی برون‌مرزی چندجانبه کشورها با انعقاد موافقتنامه‌هایی با سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای نظیر یونسکو و دوجانبه با انعقاد موافقتنامه‌ها، یادداشت‌های تفاهم و برنامه‌های مبادلات فرهنگی صورت می‌گیرد.

موافقتنامهٔ فرهنگی

موافقتنامه معاهده‌ای (حقوقی) است که روابط دو کشور را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، تجاری، فرهنگی و... تنظیم و تعهدات دوجانبه‌ای را ایجاد می‌کند. دوجانبه و تعهدآور بودن موافقتنامه از خصوصیات آن به شمار می‌رود. موافقتنامه فرهنگی قراردادی است که بر اساس آن دولت‌ها به‌طور کلی روابط و مناسبات فرهنگی میان خود را برای مدت طولانی پایه‌گذاری می‌کنند.

هر موافقتنامه در سه بخش: ۱. مقدمه (هدف انعقاد)، ۲. متن (موضوعات مورد توافق) و ۳. بخش پایانی (مدت اعتبار، شرایط فسخ و...) تنظیم می‌شود.

معمولاً در هر موافقتنامه فرهنگی چند ماده کلیدی و اساسی بوده و سایر مواد از اهمیت کم‌تری برخوردار است و این مواد در واقع ستون اصلی موافقتنامه‌های فرهنگی را تشکیل می‌دهند.

تفاهمنامه یا یادداشت تفاهم فرهنگی

با توجه به تشریفات مفصل و طولانی برای تنظیم و لازم‌الاجرا شدن معاهدات رسمی، تفاهمنامه‌های بین‌المللی در مهلتی کم‌تر و تشریفات بسیار محدود بین مقامات اجرایی دو کشور توافق و به امضا می‌رسد.

یادداشت تفاهم بیانگر توافق مقامات اجرایی دو کشور در زمینه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فنی، علمی، فرهنگی و... است. در بسیاری از موارد یادداشت تفاهم حاوی تعهد خاصی نیست و نحوه اجرای یک توافق را تعیین می‌کند. یادداشت تفاهم فرهنگی در صورت عدم وجود موافقتنامه فرهنگی یا قرارداد فرهنگی، به منظور حصول سریع به توافق در زمینه‌های فرهنگی و کم اهمیت بودن برقراری مناسبات فرهنگی بین دو کشور به امضا می‌رسد و چارچوب آن همانند موافقتنامه‌های فرهنگی است.

برنامهٔ مبادلات فرهنگی

برنامه مبادلات فرهنگی و یا فرهنگی، علمی، آموزشی، فنی از نظر حقوقی ارزش قرارداد را ندارند و در حقیقت توافق بین مقامات اجرایی دو کشور است تا بتوانند بر اساس موافقتنامه فرهنگی موجود مفاد آن موافقتنامه را به اجرا درآورند و چارچوب این برنامه نیز مانند موافقتنامه‌هاست، با این توضیح که بندهای برنامه تبادلات فرهنگی دقیق و ناظر بر جزئیات و زمانبندی شده است.

موافقتنامه‌های فرهنگی با پیشنهاد یکی از دو کشور طرفین آغاز شده و کشور دیگر در چارچوب رسمی و نهادی آن را بررسی کرده و در نهایت با مذاکره برای تنظیم و انعقاد به توافق می‌رسند.

رژیم‌های بین‌المللی مبادلات فرهنگی[1]

رژیم‌های بین‌المللی مجموعه‌ای از اصول، قواعد صریح یا تلویحی، هنجارها و رویه‌های تصمیم‌گیری است که به واسطه آن‌ها انتظارات بازیگران (دولت‌ها) پیرامون موضوعات خاص با هم تلاقی و نحوه و توقعات بازیگران محقق می‌شود. هر عضو یک رژیم برای رسیدن به هدف خود با قبول تعهداتی، امتیازاتی را به دست می‌آورد و وارد شدن به این رژیم‌ها گاه در شرایط اجبار، گاه با رضایت خاطر است. تجربه تاریخی حاکی از آن است که گسترش رژیم و میل به تقویت آن‌ها منجر به نهادسازی و راه فرار سایر بازیگران از مقررات مربوطه به تدریج بسته می‌شود.

---

۱. با دخل و تصرف به نقل از نوروزی، ۱۳۸۶: ۳۶۳ - ۳۹۵.

فرایند تدوین، شکل‌گیری و گسترش رژیم‌های بین‌المللی مبادلات فرهنگی بیش‌تر و به طور کلی تحت تأثیر سه عامل: میزان قدرت و توان تولید جذابیت‌های سیاسی ـ فرهنگی، منافع اقتصادی بازیگران و سطح پیشرفت‌های فناوری صورت می‌گیرد. در همین راستا در حوزهٔ فرهنگی نیز رژیم‌های بین‌المللی مختلفی شکل گرفته است؛ کنوانسیون‌ها و معاهداتی که در صدد نظام‌مند کردن ارتباطات و مبادلات فرهنگی بین‌المللی بوده‌اند.

به دنبال تکوین و توسعه رژیم‌های بین‌المللی فرهنگی، دو فرایند قابل تشخیص است: فرایند اول ناظر بر قواعد و مقرراتی است که بر حمایت و حفاظت از حقوق مالکیت فکری تأکید دارد، عمدتاً بر ابعاد اقتصادی ـ خصوصی معطوف است و در حال حاضر در حوزه کاری سازمان مالکیت فکری و سازمانی تجارت جهانی قرار گرفته است. فرایند دوم ناظر بر مقررات و موازین در حمایت و پاسداری در حقوق فرهنگی جوامع است که در حوزه کاری سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) قرار می‌گیرد. کنوانسیون‌های مختلف برای حمایت از آثار ادبی و هنری (کنوانسیون برن)، تولیدکنندگان و سازمان‌های پخش‌کننده آثار صوتی، آثار صوتی ـ تصویری، معاهده حق نسخه‌برداری (کپی‌رایت) و معاهدهٔ اجراها و صفحات صوتی را می‌توان از مهم‌ترین قواعد و مقررات گروه اول برشمرد.

به طور کلی، کشورها و جوامع صنعتی و توسعه یافته با تأکید بر مسئله مالکیت فکری، از عمده‌ترین مدافعان و پیش‌برندگان این رژیم‌ها در چارچوب اقتصاد سیاسی بین‌المللی بوده‌اند و توانمندان این عرصه برای خود حق قاعده‌سازی و قانونگذاری را محفوظ داشته‌اند.

مهم‌ترین کنوانسیون‌ها و معاهدات که با محوریت یونسکو شکل گرفته است، به شرح ذیل است: کنوانسیون جهانی کپی رایت، کنوانسیون حمایت از دارایی فرهنگی در موقع منازعات مسلحانه، کنوانسیون منع و جلوگیری از واردات، صادرات و انتقال پنهانی مالکیت فرهنگی، کنوانسیون‌های حمایت از میراث فرهنگی و طبیعی جهانی، میراث فرهنگی زیر دریاها، محافظت از میراث فرهنگیناملموس و کنوانسیون حمایت و تقویت تنوع بیان‌های فرهنگی.

به نظر می‌آید موازین و مقررات رویکرد و کارکرد یونسکو نسبت به مسائل

فرهنگی ارزشی، جمع‌گرایانه، اعتدالی و تعامل‌گرایانه‌تر از نگرش‌های حاکم بر سازمان تجارت جهانی است. از طرفی، با گسترش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و به تبع آن، درنوردیده شدن مرزهای هویتی و فرهنگی، کشورها را بر آن داشته تا با متوسل شدن به مجامع و نهادهایی نظیر یونسکو، برای پاسداری از حوزه عمومی و با اولویت قائل شدن به سنت‌های محلی، ملی و میراث فرهنگی خود، از استیلا و استعلای افراطی منافع شخصی و سود فزاینده افراد و شرکت‌ها جلوگیری کنند.

از آن‌جا که آوازه فرهنگ و تمدن ایرانی بر کسی پوشیده نیست و نقشی مؤثر در تمدن‌سازی و پیشرفت علوم مختلف در جهان داشته است، موقعیت و شرایط جغرافیای سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و استراتژیک ایران باعث شده است تا باب مبادلات، مراودات و همچنین مجادلات ایران با محیط پیرامون همواره باز باشد. در هر برهه از تاریخ روابط بین‌المللی نوع خاصی از درگیری و پیوند ایران با مجموعه تحولات و نظام بین‌المللی وجود داشته است. وضعیت داخلی و اتفاقات بیرونی متقابلاً بر هم اثرگذار بوده‌اند. بنابراین، ایران در شرایطی نیست که بخواهد فارغ از شرایط و تحولات بین‌المللی به سر برد. بررسی وضعیت روابط ایران با رژیم‌های بین‌المللی و جایگاه ایران در آن‌ها از همین نکته ناشی می‌شود. اگرچه در راستای حمایت و حفاظت از امور فرهنگی در داخل کشور و رعایت حقوق دست‌اندرکاران و فعالان امور ادبی، هنری و فرهنگی قوانین متعدد و مهمی به تصویب می‌رسد و اجرا می‌شود، ولی در سطح بین‌المللی، کشورمان مسائل و مشکلاتی با رژیم‌های بین‌المللی مبادلات فرهنگی در هر دو گروه یاد شده دارد که ناشی از مسائل ساختاری، نهادی و اجرایی است. در قبال گروه اول باید گفت که ایران پس از گذشت حدود ۱۲۰ سال از تصویب کنوانسیون برن (۱۸۸۶) به عنوان سند پایه در موضوع حق نسخه‌برداری (کپی‌رایت) و حقوق مرتبط و در سایر اسناد و ترتیبات نیز هنوز به عضویت در نیامده است.

در راستای حمایت و حفاظت از امور فرهنگی در داخل کشور و رعایت حقوق دست‌اندرکاران و فعالان امور ادبی، هنری و فرهنگی قوانین ذیل به تصویب رسیده و اجرا می‌شوند:

۱. قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان؛

۲. قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی؛

۳. بند چهار اصل سوم قانون اساسی ج. ا. ایران؛
۴. قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزار رایانه؛
۵. قانون الحاق دولت ج. ا. ایران به کنوانسیون تأسیس سازمان جهانی مالکان فکری.

موارد ذیل را در ارتباط با همکاری ایران با نهادهای بین‌المللی و مشارکت در تنظیم و تدوین مقررات مربوط به امور فرهنگی می‌توان نام برد.

ـ کنوانسیون حمایت از مالکیت فکری در مواقع مخاصمات مسلحانه؛
ـ پروتکل الحاقی به کنوانسیون حمایت از مالکیت فکری در مواقع مخاصمات مسلحانه؛
ـ موافقتنامه تسهیل چرخش بین‌المللی آثار صوتی و تصویری و یک مشخصهٔ آموزشی، علمی و فرهنگی با پروتکل مربوطه؛
ـ موافقتنامه واردات آثار آموزشی، علمی و فرهنگی با ضمائم A-E و پروتکل الحاقی؛
ـ کنوانسیون علیه تبعیض در آموزش؛
ـ کنوانسیون ابزارهای مقابله و جلوگیری از واردات، صادرات و انتقال پنهانی دارایی فرهنگی؛
ـ کنوانسیون مربوط به حمایت از میراث فرهنگی و طبیعی جهانی؛
ـ کنوانسیون حفاظت از میراث فرهنگی ناملموس؛
ـ کنوانسیون برن برای حمایت از آثار ادبی و هنری؛
و چندین پروتکل و کنوانسیون دیگر و یا اصلاحیه آن‌ها.

امروزه راه و روش‌های مبادلات فرهنگی میان ملت‌ها و جوامع برخلاف گذشته بسیار متکثر، سریع و پیچیده شده و یک فرایند کالایی شدن فرهنگ پدید آمده است. کشورهای توسعه یافته بر اثر قدرت و نفوذ سیاسی ـ فرهنگی، منافع اقتصادی و امکانات فناوری خویش، قواعد و موازین جهان‌شمولی را تدوین و تصویب می‌کنند. در این مسیر کشورها و ممالک در حال توسعه نیز مجبور به انطباق و رعایت رفتارهای تعریف شده هستند، و به این صورت روند داخلی شدن قواعد بین‌المللی شکل می‌گیرد.

روند مبادلات فرهنگی به روش سرمایه‌داری، نگرانی تسطیح و یکسان‌سازی

فرهنگی را به وجود می‌آورد، در حالی که جوامع ضعیف و کم امکانات به دنبال تنوع فرهنگی و صیانت از فرهنگ محلی و ملی خود هستند.

با این نگرش باید گفت که مبادله یا مبادلات فرهنگی صرفاً معطوف بر تکاثر ارزش افزوده نیست. کارکرد فرهنگ مبتنی بر آموزش، همچنین شامل جامعه‌پذیر ساختن و راهبری فکری و اجتماعی است. تأثیر این عامل زیربنایی بر سامان و سرنوشت اجتماعی یک ملت اساسی‌تر از مسائل فردی و جزئی آن است؛ چراکه در صورت غفلت از استحکام و انسجام این بنیاد می‌توان با تبعات نامطلوبی چون بحران هویت، فروپاشی اجتماعی، تخریب سنت‌ها، تضعیف علایق ملی و به نوعی از درون تهی‌گشتگی مواجه شد. هر چند که دولت‌ها مهم‌ترین ابزارها و ساز و کارهای لازم برای سیاستگذاری‌های فرهنگی را در اختیار دارند، ولی امروزه این انحصار دولتی شکسته شده و بازیگران جدیدی با کارکردهای مختلف، این تعاملات فرهنگی را هدایت و جریان‌سازی می‌کنند.

رعایت حقوق مالکیت فکری، اصول و ضرورت‌های خاص خود را دارد. این حقوق در بخش فرهنگ و در ارتباط با معضل توسعه جوامع در حال توسعه، چالش‌برانگیز شده است. وجود نابرابری‌های مختلف فنی، سیاسی و اقتصادی میان کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، نابرابری‌های موجود را بیش‌تر و جدی‌تر می‌کند.

البته باید یادآور شد پذیرش و عضویت و اجرای برخی از این اسناد، بنابر ملاحظات خاص ملی و مصالح عمومی به راحتی مقدور نیست و آثار و پیامدهای مختلف داخلی و خارجی دارد.

در باره گروه دوم از رژیم‌های بین‌المللی مبادلات فرهنگی، باید گفت که هم در جایگاه یک واحد ملی با اصالت فرهنگی و هم از موضع یک کشور در حال توسعه، کشورمان نگرشی ارزش‌مدار، اخلاق‌محور، تعالی‌گرا و عدالت‌جویانه را دنبال می‌کند، برخی اسناد و ترتیبات را تصویب و اجرا می‌کند و برخی را به علت‌های مختلف کاری انجام نداده است.

نکته مهم این‌که مبادلات فرهنگی، محل برخورد حوزه‌های اقتصاد و فرهنگ است و باید آن را به‌طور وسیع در نظر گرفت. رویکرد اقتصادی غالباً معطوف به سود، ساختار بازار، ایجاد ارزش افزوده، فردمحور و به‌طور کلی فایده‌گرایانه است. در مقابل، رویکرد فرهنگی بیش‌تر تعالی‌گرایانه، جامعه‌گرا و ارزش‌مدار است.

پاسداری از حقوق خصوصی افراد، یک وظیفه بنیادی برای دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی ذی‌ربط است که تکامل آن از بالندگی اجتماعی ملت‌ها حکایت دارد. اما، آزادی اطلاعات، آزادی بیان و مواردی مثل این‌ها نمی‌تواند دستاویزی برای تجاوز به حقوق عمومی باشد.

از طرفی، ایران به عنوان یک بازیگر بین‌المللی، توانایی‌ها و محدودیت‌های خاص خودش را دارد. سرمایه فرهنگی اسلامی ـ ایرانی با شرایط و امکانات بالقوه داخلی ره‌توشه ارزشمندی برای تکاپو و فعالیت فرهنگی در عرصه بین‌المللی بوده است. ولی متأسفانه وجود برخی از مسائل و مشکلات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در طول تاریخ معاصر ایران، مانع دستیابی به این هدف بوده است.

به‌کارگیری نخبگان و کارشناسان امور فرهنگی و بین‌المللی، درک جایگاه ایران در این عرصه، سیاستگذاری راهبردی برای اولویت‌بندی امور فرهنگی، عزم اصلاح ساختارها و رویه‌های مدیریتی و حقوقی ناکارآمد، نهادینه کردن روحیه پاسداری از سرمایه‌های فرهنگی، تقویت نهادهای مدنی و غیر دولتی فعال در عرصه فرهنگی از جمله راهکارهایی است که می‌توان برای رسیدن به جایگاه مطلوب در این عرصه در نظر گرفت.

نتیجه‌گیری

در مجموع، تبادل فرهنگ‌ها امری ضروری و تقریباً غیر قابل اجتناب به نظر می‌رسد. عدم توجه به پیامدها و عارضه‌های آن، جوامع مختلف را تحت تأثیر قرار داده است. بدون شک اجرای صحیح و درست تبادل فرهنگ‌ها، آسیب‌پذیری اجتماعی را کاهش می‌دهد. در مقابل چنانچه روند و نحوه منطقی در پیش گرفته نشود، نه تنها دچار آثار ناخوشایند آن خواهیم شد بلکه از مزایای این تبادل نیز بی‌بهره خواهیم ماند. به عبارت دیگر: «می‌توان تبادل فرهنگی را تلاش برای درانداختن طرحی نو در جهت رفع نیاز و دغدغه‌ای جهانی دانست؛ طرحی که تحقق آن مستلزم کوشش‌های اصیل و حقیقی برای تجدید فرهنگ‌ها، با مراجعه به سنت‌های مؤثر، در تولد و ظهور آن‌ها خواهد بود.» (عیوضی، ۱۱۸:۱۳۷۹)

بهترین راه رسیدن به صلح جهانی تبادل فرهنگی است و بهترین راه تبادل فرهنگی تبادل اندیشه‌هاست، تبادلی رو در رو و بدون واسطه نه از طریق رسانه‌ها و

ابزارهای دیگر، چراکه رفتار انسان از اندیشه‌ها و فکر نشئت گرفته و با رویکرد ارزش آن جامعه شکل می‌گیرد. بنابراین، ابتدا باید اندیشه‌ها و منشور ارزش‌ها را بازشناخت.

نکته‌ای که در تصمیم‌گیری‌ها و عرصه عمل در این رابطه باید آویزه گوش مسئولان امر باشد، این است که ضمن توجه به موارد و مباحث گذشته و آثار مثبت و منفی آن‌ها «در راستای رویکرد تبادل فرهنگی، شناخت موانع، توجه به محدودیت‌ها و بازشناسی موانع و کوشش در جهت رفع آن‌ها، شرط تقویت بسترهای مناسب تبادل فرهنگی است.» (همان:۱۲۱)

در آخرین بند اعلامیهٔ کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی یونسکو در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی آمده است: «جامعه بین‌المللی که در این کنفرانس گرد آمده بر این گفتهٔ بنیتو خوارز[1] تأکید می‌کند که: در روابط بین افراد و ملت‌ها، صلح به معنای احترام به حقوق دیگران است.» به عبارتی احترام به حقوق دیگران تنها از راه گسترش مناسبات فرهنگی و تفاهم بین ملت‌های مختلف به‌وجود می‌آید. تبادل آثار هنری، دستاوردهای علمی، ارتباطات رسانه‌ای و مبادلات آموزشی، چهره‌های بارز مناسبات فرهنگی هستند که در نهایت به صلح و ثبات و امنیت جهانی و نیز توسعهٔ فرهنگی ـ اجتماعی و اقتصادی ملت‌های مختلف منجر خواهد شد. (سلیمی، ۸۷:۱۳۷۹)

بنابراین، تبادل فرهنگی که همان ارتباط منطقی و درست فرهنگ‌هاست، می‌تواند در پیشرفت ارزش‌های انسانی و بهسازی زندگی بشر سودمند افتد، زیرا همه مردم جهان از تجربه آگاهی و باورهای درست یکدیگر بهره می‌برند و از آزمایش روش‌های نادرست آزموده شده بین‌المللی بی‌نیاز می‌شوند. بر این اساس، باید از تبادل فرهنگی استقبال کرد. البته باید توجه داشت که خودباوری، اعتماد به نفس، شناخت و ایمان به ارزش‌های انسانی و الهی فرهنگ خودی، پیش‌شرط پیروزی در عرصه تبادل فرهنگی است.

جایگاه فرهنگ در سیاست خارجی و روابط بین‌المللی

در این بخش به‌طور اختصار به رابطه فرهنگ و سیاست و روابط بین‌المللی و تأثیرگذاری فرهنگ بر سیاست خارجی و روابط بین‌الملل خواهیم پرداخت.

1. Benito Juarez

نوع رابطه بین فرهنگ و سیاست به سه حالت تقدم سیاست و تعیین‌کنندگی آن، تقدم فرهنگ و رابطه متقابل قابل تصور است.[1]

الف) تقدم سیاست: مارکس و ماکس وبر دو ایدئولوگ و اندیشمند بزرگ در تشریح مسائل عصر جدید به‌رغم تفاوت‌های اصولی در جهانی‌شدن، بارها به همسویی می‌رسند. مارکس فرهنگ و سیاست را از مقوله‌های روبنایی می‌داند و شیوه تولید را زیربنا می‌داند و می‌گوید: «اندیشه طبقه مسلط یا مالک ابزارهای تولید، ارزش‌ها و اندیشه‌های خود را در قالب ایدئولوژی و فرهنگ به طبقات دیگر (زیر سلطه) تحمیل می‌کند و به این ترتیب فرهنگ برای خود از هیچ استقلالی برخوردار نیست.» ولی ماکس وبر در کتاب اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری فرهنگ و دگرگونی‌های آن را بن‌مایه تمامی دگرگونی‌های اجتماعی می‌داند، اما با تعریف وی از دولت که عبارت است از «گروهی که در محدودهٔ سرزمینی خاص انحصار کاربست خشونت فیزیکی مشروع را در دست دارد»، این نگاه به فرهنگ رنگ می‌بازد و به این ترتیب، سیاست بر فرهنگ مسلط می‌شود با وجود این‌که این سلطه به ناچار از یک نظام ارزشی به عنوان ابزار تحکیم خود و مشروعیت‌بخشی به خود بهره می‌گیرد.

ب) تقدم فرهنگ: این جریان فرهنگ‌گرا، ریشه در مردم‌شناسی انگلوساکسن‌ها دارد. بر پایه این نگرش، در واقع فرهنگ چیزی شبیه ناخودآگاه جمعی تلقی می‌شود که به تمام رفتار، اندیشه‌ها و نهادها جهت می‌دهد. این جریان در حوزه علوم سیاسی به نوعی جزمیت و علیت فرهنگی رسید که گاهی به نژادپرستی و برخورد تمدن‌ها و گاه از طریق تفکیک فرهنگ‌های مختلف از یکدیگر مثل فرهنگ سیاسی، اقتصادی و غیره به برقراری یک رابطه ثابت بین سطح فرهنگ سیاسی و نوع خاصی از رژیم سیاسی، ختم می‌شود. فرق نگرش اول با دوم در این است که فرهنگ‌گرایِیِ مختوم به نژادپرستی و برخورد تمدن‌ها، حوزه‌های تمدنی و فرهنگی را غیر قابل تحمیل به دیگری می‌داند در حالی که نگرش دوم به نوعی درجه‌بندی جهان‌شمول قائل است که گویی اختلافی در ماهیت فرهنگ‌ها نیست و اختلاف به درجه پیشرفت آن‌ها مربوط می‌شود.

---

۱. با دخل و تصرف نقل از نقیب‌زاده، ۱۳۸۱: ۲۶ ـ ۳۰.

ج) تأثیر متقابل: در این‌جا الگوی تالکوت پارسونز به ذهن متبادر می‌شود. در واقع تمام نگرش‌های جامعه‌شناسی اگر تحت تأثیر عوامل ایدئولوژیک یا گرایش‌های فلسفی قرار نداشته باشند، همیشه و همه جا به تعامل و تأثیر متقابل باور دارند.

چگونگی اثرگذاری فرهنگ بر سیاست خارجی و روابط بین‌الملل

در این قسمت ابتدا باید به چگونگی اثرگذاری فرهنگ بر زندگی سیاسی افراد و در جامعه اشاره کنیم. «فرهنگ از دو طریق عمده یعنی افراد و نهادها بر تصمیمات سیاسی اثر می‌گذارد و از طرق مختلف دیگری نیز بر نظام‌ها و نهادها و رفتار سیاسی. نهادهای فرهنگی از عوامل مؤثر بر شیوه تصمیم‌گیری در هر جامعه محسوب می‌شوند چرا که اصولاً شخصیت افراد تصمیم‌گیرنده هم اساساً پدیده‌ای است که محصول زندگی اجتماعی فرهنگی آن‌ها محسوب می‌شود.» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱:۳۱)

در همسویی میان تعاملات سیاسی و فرهنگی باید گفت پیوند میان فرهنگ و سیاست امری نیست که به تازگی مورد توجه قرار گرفته باشد. فیلسوفان و عالمان اجتماعی بر این نظر متفق‌القولند که فرهنگ هم با نظام سیاسی تعیین و مشخص می‌شود و هم خود تعیین‌کننده نظام سیاسی است. فرهنگ به‌عنوان حافظ یک نظام سیاسی سه کارکرد اساسی دارد:

۱. جامعه‌پذیری سیاسی

۲. انتخاب و تربیت نخبگان

۳. انسجام از طریق ایجاد شعور ملی

از تلفیق فرهنگ و سیاست، الگوهای جهتگیری در برابر موضوع‌های مختلف، تولید و میان جامعه توزیع می‌شود. جهتگیری شناختی، جهتگیری عاطفی، جهتگیری قضاوت و داوری از این جمله است. (فرهنگ دیپلماسی، ۱۳۸۱، ش ۲ و ۲۴۰:۳)

تی. اس. الیوت،[1] در یادداشتی در باره سیاست و فرهنگ می‌نویسد: «امروز شاهدیم که فرهنگ توجه مردان سیاست را به خود جلب می‌کند. نه به این خاطر که

---

1. Thomas Steams Eliot, 1888_1965.

سیاستمداران همیشه 'مردانی اهل فرهنگ' هستند، بلکه از این جهت که فرهنگ، هم به مثابه وسیله‌ای برای اعمال سیاست شناخته شده و هم به مثابه چیزی [است] که مطلوب جامعه است و وظیفه حکومت است که آن را ترقی دهد.» (تی. اس. الیوت، ۹۹:۱۳۸۱؛ حقیقی، ۳۹:۱۳۸۶)

به‌طور کلی ماهیت نظام یا شیوه زندگی یا حکومت کردن مردم، اهمیت حیاتی برای درک سیاست خارجی یک ملت دارد. فرهنگ ذاتی یک ملت است که به ریشه‌های سیاست خارجی حیات می‌بخشد. غایات یک ملت شامل اصول اخلاق و هدف‌های سیاسی آن می‌شود. (مستقیمی، ۱۰۲:۱۳۸۶)

تأثیر فرهنگ بر سیاست خارجی (تأثیر فرهنگ‌ها بر ماهیت نظام‌های سیاسی)

افزون بر تأثیر اجتناب‌ناپذیری که فرهنگ‌ها بر ماهیت نظام‌های سیاسی حاکم، شخصیت سیاستگذاران و نحوه تصمیم‌سازی‌ها و اعمال سیاست‌های آنان دارند، نبایستی کارکرد فرهنگ (به‌عنوان عنصر ناظر بر سنخیت و کم و کیف تعاملات اجتماعی) و تأثیر آن بر زندگی سیاسی افراد جامعه را از نظر دور داشت. در واقع آنچه به رفتار جمعی، هنجارها و الگوهای کنشگران اجتماعی در قبال حکومت‌ها شکل می‌دهد، فرهنگ است. به عبارت روشن‌تر، حتی شیوه استیفای حقوق و مطالبات مردم از کارگزاران حکومتی و سازوکاری که بر آن مترتب است، گاه از فرهنگ ملت‌ها رنگ می‌گیرد. از این رو، تفاوت‌های ساختاری نهادهای اداری در واحدهای سیاسی مختلف را می‌توان بعضاً در چارچوب اختلافات فرهنگی جوامع ارزیابی و تفسیر کرد. (حقیقی، ۴۰:۱۳۸۶)

همچنین نکات ذیل در نقش فرهنگ در مبانی شکل‌گیری سیاست خارجی کشورهای مختلف قابل توجه است:

ـ فرهنگ شامل خاصه‌هایی است که بخشی از آن‌ها عبارتند از احکام تعیین‌کننده چیزهای شایسته و ناشایسته، نگاره‌ها، جهان‌بینی‌ها، ارزش‌ها، باورها و مفروض‌های پایه‌ای مشترک.

ـ خاصه‌های فرهنگ به مرور زمان پدید آمده، برگزیده و حفظ شده و دوام پیدا کرده‌اند.

ـ فرهنگ پدیداری پویا و زنده و بنابراین جذب‌کننده و پذیرنده است. یعنی هر

چه را در تقویت و بالندگی خود مفید بیابد می‌گیرد و آنچه را مفید نمی‌بیند کنار می‌گذارد.

ـ فرهنگ بُعدی ملی دارد. یعنی فرهنگ یک ملت ابراز خصوصیات آن ملت است، اما این ابراز تنها به هنگام در مقابل هم قرارگرفتن فرهنگ‌ها بروز می‌کند.

ـ بنابراین فرهنگ در روابط میان گروه‌های انسان‌ها، از جمله ملت‌ها نمود پیدا می‌کند.

ـ مبنای فرهنگی محدودیت‌هایی را به وجود می‌آورد که گزینش‌ها و کنش‌های انسان‌ها را توضیح می‌دهند.

ـ ساختار اجتماعی و فرهنگی یک کشور، با فراهم آوردن مبنایی از ارزش‌ها که سیاستگذاران احتمالاً در آن شریکند، اثری قوی بر سیاست دارد.

ـ ارزش‌ها می‌توانند تقاضاهایی را برای کنش یا محدودیت‌هایی را برای نوع راهبردهایی به وجود آورند که سیاستگذاران می‌توانند آن را دنبال کنند.

ـ از آن‌جا که تصمیم‌گیرندگان از طرف دولت به‌عنوان یک کل عمل می‌کنند، مهم‌ترین منبع ارزش‌ها را باید در جامعه به‌عنوان یک کل جست. (مستقیمی، ۱۳۸۶: ۹۹ - ۱۰۰)

ایدئولوژی رسمی یک کشور، بدون شک در رمزگان فرهنگی به صورت جدی حضور می‌یابد و بر جهت سیاستگذاری و سازماندهی کنش سیاسی دیپلمات‌ها در عرصه بین‌المللی اثر می‌گذارد.

اصول و نظریه‌ها، نه به طور کامل ولی به گونه‌ای ناقص در یک خطوط کلی بر سیاستگذاری‌ها اثر می‌گذارد. به هر صورت، وجود رمزگاه تساهل در فرهنگ ملی ایران و تقویت آن ممکن است عامل مهمی در همزیستی مسالمت‌آمیز، تحمل دیگران و در یک کلام عامل مثبتی برای گفتگوی تمدن‌ها باشد. نظریه گفتگوی تمدن‌ها خود پدیده‌ای است که صرف‌نظر از محیط و جنبه‌های سیاسی آن، فقط از ذهن یک ملت ریشه‌دار و با فرهنگ تراوش می‌کند. (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱: ۱۸۰)

در این راستا، تأثیر فرهنگ بر سیاست خارجی در موارد زیر قابل توجه است:

الف) از طریق تصمیم‌گیرندگان و عاملان: «تصمیم‌گیرندگان سیاست خارجی بیش از آنکه با محیط خارجی خود ارتباط نزدیک داشته باشند، با محیط داخلی

چنین ارتباطی را دارند. آنان با راه درونی کردن ارزش‌های این محیط، بهره‌مندی از فرهنگ و خصوصیات ملی و این‌که دائم در معرض نفوذها و فشارهای موجود در محیط داخلی هستند، در واقع جزئی از این محیط به حساب می‌آیند. تصمیم‌های انسان متضمن چیزی بیش از تأثیر محیط و ساز و کار عقلانی تصمیم‌گیرنده است.» (مستقیمی، ۱۳۸۶:۹۶ ـ ۹۷)

ب) از طریق سازمان‌ها و نهادها: ایجاد دفتر مشاور و رایزنی فرهنگی در سفارتخانه‌ها، ایجاد و گسترش زبان در کشورهای خارجی و امضای قراردادها و توافقنامه‌های فرهنگی دوجانبه نمونه بارزی از تأثیر فرهنگ در موفقیت سیاست خارجی یک کشور است.

ج) از طریق ایدئولوژی: پارتو می‌گوید: «ممکن است ایدئولوژی سرپوشی بر نیات واقعی یک فرد یا حزب یا دولت باشد. شاید این جمله اغراق‌آمیز باشد که بگوییم هر دولتی به درجات مختلف از یک ایدئولوژی پیروی می‌کند.» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱:۵۳ ـ ۵۴)

امروزه این ایدئولوژی در قالب دفاع از حقوق بشر نمودی عینی‌تر در سیاست خارجی کشورها پیدا کرده است. بعضی از کشورها به طور رسمی از یک ایدئولوژی پیروی می‌کنند و بعضی‌ها مثل نظام‌های غربی ظاهراً غیر ایدئولوژیک هستند و در باطن به لیبرالیسم غربی وابستگی شدید دارند. «سهم ایدئولوژی در سیاست عملی، آن‌چنان چشمگیر است که می‌توان گفت هر سیاستی را به گونه‌ای منحصر به فرد در می‌آورد، زیرا سیاست در عمل تابع همان مکتبی است که از آن پیروی می‌کند.» (همان:۴۱)

د) سیاست خارجی به‌مثابه بازتابی از فرهنگ و خلق و خوی ملی است. «استانلی هافمن معتقد است که هر ملتی سبک و سیاق ملی خود را دارد و این سبک و سیاق در سیاست خارجی آن‌ها بازتابی شفاف و کامل پیدا می‌کند.» (همان:۵۴)

«فرهنگ بُعد ملی دارد. یعنی فرهنگ یک ملت ابراز خصوصیات آن ملت است. اما این ابراز خصوصیات تنها به هنگام رویارویی با فرهنگ‌ها بروز می‌کند.» (مستقیمی، ۱۳۸۶:۹۹)

از نظر جامعه‌شناسی روابط بین‌الملل، تأثیر فرهنگ بر سیاست خارجی در سه سطح قابل بررسی است:

۱. تأثیر عام بر عام: در این صورت فرهنگ به‌عنوان پدیده عام، علت شکل‌گیری ذهنیت ملی شده و بدین وسیله بر سیاست خارجی اثر غیر مستقیم می‌گذارد.
۲. تأثیر عام بر خاص: یعنی تأثیر فرهنگ بر افرادی که در تصمیم‌گیری‌ها در زمینه سیاست خارجی نقش دارند.
۳. تأثیر نهادی: تأثیر طبیعی سازمان‌های فرهنگی بر نهادهایی که در طراحی سیاست خارجی نقش دارند. (سنایی، ۹:۱۳۸۴)

باید توجه داشت که «سیاست خارجی هر کشوری دارای ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی استراتژیک از یک سو و اولویت‌های درجه‌بندی شده‌ای نسبت به مناطق از سوی دیگر است که ترکیب و تلفیق آن‌ها رفتار خارجی آن کشور را شکل می‌دهد. از میان این عوامل و عناصر هیچ کدام به اندازه عامل فرهنگی دیرپاتر و تأثیرگذارتر نیست.» (نقیب‌زاده، ۴:۱۳۸۴)

از طرف دیگر، «افزون بر آن‌که فرهنگ از طریق باورها، اسطوره‌ها، قواعد و هنجارها بر اندیشه و رفتار سیاستمدار اثر می‌گذارد، به‌عنوان ناظم روابط اجتماعی، شکل‌دهنده نهادها و تعیین‌کننده الگوها و جهت‌دهنده رفتار جمعی نیز نقش مؤثری در زندگی سیاسی به‌عنوان نوعی از فعالیت اجتماعی ایفا می‌کند. از آن‌جایی که سیاست خارجی ادامه سیاست داخلی تلقی می‌شود و روابط بین‌الملل نیز به مجموعه روابط جریان یافته فرامرزی از جمله روابط فرهنگی تعریف می‌شود، پای فرهنگ به عرصه سیاست خارجی و روابط بین‌الملل نیز کشیده می‌شود.» (همان، ۲۵:۱۳۸۱)

«با توجه به این‌که جهان‌بینی هر ملت جزء جدایی‌ناپذیر فرهنگ آن است می‌توان انتظار داشت فرهنگ نقش انکارناپذیر در شکل‌گیری سیاست خارجی داشته باشد.» (مستقیمی، ۸۷:۱۳۸۶)

این پیوستگی فرهنگ و جهان‌بینی در درک و برداشت فرد از مسائل مختلف تأثیر می‌گذارد. رابطه بین ادراک، فرهنگ و جهان‌بینی در تعریف هوبل و فراست[1] از جهان‌بینی به وضوح بیان شده است: «دید درونی انسان نسبت به رنگ، شکل و ترتیب اشیاء به پیشفرض‌های فرهنگی فرد بستگی دارد. بنابراین، جهان‌بینی بر تمام

1. Hoebel & Frost

جنبه‌های ادراک ما اثر می‌گذارد، در نتیجه اعتقادات، نظام‌های ارزشی و همچنین شیوه تفکر ما متأثر از این جهان‌بینی است. جهان‌بینی یک فرهنگ مبنایی محسوب می‌شود.» (لاری ا. سماور، ۱۶۱:۱۳۷۹)

جهان‌بینی به موضوعاتی مانند ارتباط انسان با خدا، انسان، طبیعت، مسائل هستی، جهان و عالم وجود، حیات و مرگ و دیگر مسائل از این قبیل مربوط می‌شود که در تمام مراحل هستی بشر وجود داشته و در واقع مفهوم زندگی را تشکیل می‌دهد.

پنینک تن در خصوص اهمیت بررسی این مسائل و تأثیر جهان‌بینی بر فرهنگ و ادراک افراد و نهایتاً بر شکل‌گیری رفتار انسانی گفته است: «اگر کسی جهان‌بینی و کیهان‌شناسی یک فرهنگ را درک کند، می‌تواند دقت و صحت منطقی برای پیش‌بینی رفتار و انگیزش‌ها را در ابعاد دیگر به دست آورد.» (همان:۱۶۱) در واقع اطلاع از جهان‌بینی ما را در جهت فهم فلسفه و درک فرهنگ از طبیعت یاری می‌کند.

در این کتاب برای پاسخ به این سؤال اصلی که: مؤلفه‌های فرهنگی ایران چه رابطه‌ای با سیاست خارجی دارند یا می‌توانند داشته باشند؟ سه روش تحقیق اسنادی، میدانی و تحلیل گفتمان برای اجرای تحقیق به‌کار گرفته شده است. نتایج تحقیق در بُعد اسنادی، فرهنگ را به‌عنوان مقوله‌ای هموزن با سایر مؤلفه‌های قدرت (سیاسی، نظامی، اقتصادی و تکنولوژیک) و در برخی تئوری‌ها مهم‌ترین عامل و مبنای همگرایی یا واگرایی ملت‌ها و حوزه‌های مختلف می‌داند. اما در بخش میدانی که گویای وضعیت موجود است، نشان داده شده است که مسئولان مؤثر بر سیاست خارجی و امور فرهنگی ایران به‌رغم مهم دانستن نقش فرهنگ در سیاست خارجی، تأثیر فرهنگ را در این زمینه کم‌تر از عواملی نظیر قدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی می‌دانند. (رضایی، ۱:۱۳۸۵ ـ ۲)

دولت جمهوری اسلامی ایران با تعمیق فرهنگ دینی و نقش آن به عنوان زیرساخت سایر حوزه‌های فرهنگ، جایگاه بسیار پراهمیتی برای فرهنگ دینی قائل است، به طوری که جهان اسلام و امت اسلامی همواره مورد توجه نظام جمهوری اسلامی بوده است. با توجه به وجود جایگاه ایدئولوژیکی در برقراری روابط بین ملل اسلامی و سایر کشورها و همچنین سابقه فعالیت روابط فرهنگی دولت

جمهوری اسلامی در دو دهه اخیر، زمینه بازنگری و شناخت عوامل عدم موفقیت فعالیت فرهنگی بین‌المللی در سازمان‌های دولتی فراهم است. (لر، ۱۳۸۲: ۱ ـ ۲)

به هر حال، نگرش ما نسبت به فرهنگ پس از انقلاب اسلامی کاملاً متفاوت با دیگر کشورها و فرهنگ‌هاست و به همین دلیل ما با حساسیت بیش‌تری به مقوله فرهنگ توجه داریم. فرهنگ ما متأثر از دو عامل ملیت و دیانت (دین اسلام) است و ملیت ما نیز تحت تأثیر دیانت است و لذا نگاه ما به فرهنگ نگاهی آرمانشهرگرا (و نه صرفاً توسعه‌گرا و حتی واقع‌گرا) است. (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

به طور کلی، می‌توان نتیجه گرفت که حضور فرهنگ به عنوان پشتوانه یک نظام ارزشی، در تمامی اجزا و ارکان بنای عظیم سیاست از پای‌بست تا انتها بـه‌وضوح مشهود است. در حقیقت، سیاست و حکومت، از نظام ارزشی منبعث از فرهنگ هر جامعه به عنوان ابزاری برای مشروعیت‌بخشی خود و نیز انتخاب روش‌های اعمال قدرت و نوع حکومت بهره می‌برد. نگاه استقرایی بـه مـقوله فـرهنگ و واکـاوی مؤلفه‌هایی از آن، نظیر: دین و مذهب، زبان، سنت‌ها، اسطوره‌ها و افسانه‌ها، نشان می‌دهد که وجود این عوامل با ایجاد همبستگی اجتماعی و یکپارچه‌سازی جوامع به آفرینش هویت ملی انجامیده و با تسری ارزش‌های فرهنگی به حـاکـمیت، بـه تقویت نظام سیاسی پرداخته و به آن سمت و سو داده است. تأثیر نهادهای فرهنگی و مراکز مذهبی نظیر دانشگاه‌ها، مساجد، کلیساها و... در ادوار مختلف تاریخی بر ساختار سیاسی جوامع، خود مصداق بارزی بر این ارتباط تنگاتنگ است. (حقیقی، ۱۳۸۶:۴۱)

تأثیرگذاری فرهنگ در روابط بین‌الملل

برای بررسی تأثیرگذاری فرهنگ در روابط بین‌الملل در یک نگاه کلی می‌توان سـه رویکرد متفاوت را در این خصوص برشمرد. رویکرد نخست رویکـردی است کـه عمدتاً تحت تأثیر مکتب رئالیسم، برای فرهنگ در معادلات بین‌المللی جایگاهی قائل نیست. با توجه به سیطره‌ای که مکتب رئالیسم برای سالیان نسبتاً طولانی و بـه‌ویژه در دوران اوج خـود یـعنی دهـه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ مـیلادی در عـرصه نظریه‌پردازی روابط بین‌الملل داشت، از مقوله فرهنگ و اهمیت آن در تئوری‌های روابط بین‌الملل خبری در میان نبود. مورگنتا پرچمدار این حرکت در انجیل رئالیسم

سیاست در میان ملت‌ها، به صراحت نقش عوامل فرهنگی را در روابط بین‌الملل رد کرده است. وی در بخشی تحت عنوان «وحدت فرهنگی و صلح» آورده است: «وجود پیوندهای فکری و عاطفی در ورای مرزهای ملی، چیزی را به نفع جامعه جهانی ثابت نمی‌کند[...] این‌که گروهی از نخبگان روشنفکر در ایالات متحده از موسیقی و ادبیات روسی لذت می‌برند و آثار شکسپیر در روسیه به روی صحنه می‌رود، به هیچ وجه ربطی به مسئله مورد نظر ما [صلح] ندارد.» (نقیب‌زاده، ۴۸:۱۳۸۱)

در این میان، «پایان جنگ سرد و فروپاشی اتحاد شوروی، استحاله روش‌های مناسبات بین‌المللی و جهانی‌شدن فرهنگ و پیدایش فرهنگ جهانی، سه عامل اساسی تغییر مواضع سابق و تقویت نقش فرهنگ در روابط بین‌المللی بوده‌اند.» (سنایی، ۸:۱۳۸۴)

به دلایل متعددی تا دهه ۱۹۷۰ نسبت به مسئله فرهنگ در سیاست خارجی کشورها و روابط بین‌الملل کم‌توجهی شده است، یکی از دلایل این کم‌توجهی سیطره مکتب واقع‌گرایی در روابط بین‌الملل است. مورگنتا در کتاب سیاست در میان ملت‌ها آشکارا به نفی رابطه سیاست و فرهنگ در عرصه بین‌المللی می‌پردازد. دلیل دیگر این بود که پدیده‌های فرهنگی قابل اندازه‌گیری دقیق نیست و تأثیرگذاری آن‌ها با شفافیت همراه نیست. ولی از دهه ۱۹۷۰ میلادی تجدیدنظر افرادی مثل ایمانوئل والرشتاین خالق نظریهٔ «نظم نوین جهانی» و پرداختن به اثر و جایگاه فرهنگ در روابط بین‌الملل و مطرح‌شدن نظریه جدل‌برانگیز «برخورد تمدن‌ها» از سوی ساموئل هانتینگتون در سال ۱۹۹۳ و نظریه «گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها» از سوی سید محمد خاتمی رئیس‌جمهوری اسلامی ایران، نقش فرهنگ در سیاست خارجی و روابط بین‌الملل در کانون توجه سیاستمداران و صاحب‌نظران این عرصه قرار گرفت.

بهترین نمونه از چگونگی تأثیرگذاری فرهنگ بر روابط بین‌الملل در اسناد و مصوبه‌های کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی که از سوی یونسکو در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی برگزار شد، مشهود است. در مقدمه اعلامیهٔ این کنفرانس با هدف زمینه‌سازی برای صلح و توسعه در جهان امروز از طریق گسترش تفاهم و روابط فرهنگی میان ملت‌ها در بارهٔ سیاست‌های فرهنگی آمده است: «جهان در سال‌های اخیر تحولاتی بنیادین داشته است. رشد علم و تکنولوژی جایگاه انسان را در جهان، طبیعت و روابط اجتماعی دگرگون کرده است. آموزش و فرهنگ اهمیت و

گستره‌ای وسیع‌تر یافته، نقشی جوهری در توسعهٔ واقعی فردی و اجتماعی پیدا کرده‌اند. به‌رغم آن‌که امروزه امکان و فرصت گفتگو افزایش یافته، اجتماع ملت‌ها همچنان با مشکلات جدی اقتصادی، نابرابری ملت‌ها در زمینهٔ رشد و توسعه، و منازعات بسیار و تنش‌های فوق‌العاده‌ای روبروست که صلح و امنیت جهانی را تهدید می‌کند. لذا در شرایط کنونی این امر ضرورت و فوریت بیش‌تری نسبت به هر زمان دیگری دارد که همکاری نزدیک‌تری میان ملت‌ها به‌وجود آید تا احترام به حقوق دیگران، تحقق آزادی‌های اساسی انسان و مردم، و حق تعیین سرنوشت آن‌ها تضمین گردد. بیش‌تر از هر زمان دیگری ضروری است که مفهوم 'دفاع از صلح' در ذهن و اندیشهٔ تمامی افراد از طریق آموزش، علم و فرهنگ، همان‌گونه که در اساسنامهٔ یونسکو آمده، ساخته شود.» (سلیمی، ۱۳۷۹: ۸۵ ـ ۸۶) به عبارت دیگر، نمایندگان شرکت‌کننده در این کنفرانس روابط فرهنگی میان ملت‌ها را از عوامل زمینه‌ساز برای تحقق صلح و ایجاد تفاهم و همفکری بین‌المللی و فرهنگ، آموزش و گفتگو را از عوامل کاهش اختلاف‌ها، نابرابری‌ها و منازعات قلمداد می‌کنند.

در جهان کنونی به تبع تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات عرصه فرهنگی جوامع بیش از سایر عرصه‌ها تحت تأثیر قرار می‌گیرد و متحول می‌شود و این تحول ریشه‌ای رفتار انسانی از آموزه‌ها و عناصر فرهنگی، باعث تحول در کلیه عرصه‌های زندگی بشری می‌شود. مارسل مرل در ضرورت تأثیر فرهنگ در عرصه بین‌الملل گفته است: «وقت آن فرا رسیده که پس از گذار از سه پارادایم یعنی پارادایم سیاسی در قالب قدرت محوری، پارادایم اقتصادی در قالب نظریه‌های مارکسیست از یک سو و لیبرالیست از سوی دیگر و پارادایم مبتنی بر انقلاب تکنولوژیک، اینک بر پایه مسائل فرهنگی به تبیین روابط بین‌الملل بپردازیم.» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱: ۵۵)

آرای اوران یانگ[1] در دهه شصت میلادی نیز در باره توجه به فرهنگ در این راستاست. او بر این باور بود که تعریف روابط بین‌الملل در قالب جهان دوقطبی، نادیده گرفتن بسیاری از واقعیات جهان است، زیرا دست‌کم جهان از نظر فرهنگی خیلی متنوع‌تر از آن است که بتوان آن را در قالب دوقطبی تعریف کرد[...] چرا که رفته رفته حضور فرهنگ را در آن‌ها می‌توان احساس کرد، اما در عین حال با اولویت

---

1. Oran Young

دادن به عواملی چون قدرت نظامی، اقتصادی یا تکنولوژیکی، به فرهنگ نقش دست دوم می‌دهند و آن را به عنوان کاتالیزور در مناسبات جهانی قلمداد می‌کنند که تنها نقشی کمکی در حل و فصل منازعات بین‌المللی ایفا می‌کند.» (حقیقی، ۴۷:۱۳۸۶)

برای تبیین چنین تأثیری چند زاویه قابل بررسی است. تقسیم جهان به حوزه‌های فرهنگی مثل حوزه بودیسم، حوزه اسلام، حوزه مسیحیت و تقسیم‌بندهایی مثل شرق و غرب، جهان عرب و غیره قابل تصور است. تقسیم جهان به حوزه‌های ایدئولوژیک مثل ایدئولوژی سرمایه‌داری و کمونیسم که پس از جنگ جهانی دوم جهان را به دو اردوگاه تقسیم کردند، نیز ممکن است.

تأثیر فرهنگ بر همگرایی و واگرایی منطقه‌ای، که در این تقسیم‌بندی فرهنگ مشترک را می‌توان یکی از پیش‌شرط‌های لازم برای همگرایی منطقه‌ای دانست. نمونه آن شکل‌گیری اتحادیه اروپاست که تمدن یونانی، مذهب مشترک و تاریخ مشابه از جمله بنیان‌های فرهنگ مشترک اتحادیه اروپاست.

نقش کالاهای فرهنگی در روابط بین‌الملل مثل فیلم، رسانه‌ها و غیره از نیمه دوم قرن بیستم به‌ویژه در دهه‌های اخیر با ظهور اینترنت، به یکی از مهم‌ترین مراودات و کشمکش‌های بین‌المللی تبدیل شده است. آخرین بخش این تأثیرگذاری را می‌توان در شکل‌گیری گسترش نهادهای فرهنگی بین‌المللی نظیر یونسکو و شبکه سیاست فرهنگی بین‌المللی و غیره دانست.

دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی در واقع فن مدیریت تعامل با جهان خارج از سوی نهادها، سازمان‌ها و دولت‌هاست. قطعاً ابزارها و مکانیسم‌های متعددی برای اعمال این مدیریت می‌توان به‌کار گرفت.

دیپلماسی در سیاست جهانی عبارت است از فرآیند ارتباط بین بازیگران بین‌المللی که قصد دارند از طریق مذاکره، تعارض را بدون جنگ حل و فصل نمایند. این فرایند در طول قرن‌ها پالایش و نهادینه شده و به صورت حرفه‌ای درآمده است. بنابراین، دیپلماسی اصولاً با تلاش‌هایی برای مدیریت و ایجاد نظم در محدوده یک نظام جهانی در ارتباط است و هدف از آن، ممانعت از تبدیل تعارض به جنگ است. (جان بیلیس، ۱۳۸۳: ۷۱۵)

دیپلماسی در مقام یکی از فعالیت‌های دولت نه تنها به هر یک از ابزارهای خاص سیاست، بلکه به کل فرآیند سیاستگذاری و اجرا اطلاق می‌شد. (همان: ۷۳۲)

ملاحظات سیاسی، اقتصادی و امنیتی سه حوزه سنتی، بنیادین و کلاسیک در عرصه بین‌المللی است که سیاست خارجی کشورها در آن اعمال می‌شود. با این حال، به باور بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران، در عرصه بین‌المللی به طور عام و بعد از پایان جنگ سرد به طور خاص، فرهنگ و مؤلفه‌های فرهنگی رکن چهارم سیاست خارجی را تشکیل می‌دهد که در بسیاری از مواقع لایه‌های زیرین سه حوزه دیگر نیز از آن منبعث می‌شود.

دیپلماسی در ترکیب با دیگر ابزارها (نظامی، اقتصادی و سرنگونی) به نام دیپلماسی مختلط معروف است. در این‌جا دیپلماسی تبدیل به یک کانال ارتباطی می‌شود که از طریق آن استفاده یا تهدید به استفاده از دیگر ابزارها به دیگر طرف‌ها اعلام می‌شود[...] امروز دیپلماسی در انطباق با نیازهای نظام جهانی معاصر همچنان به همکاری و نظم در این سیستم کمک می‌کند. (همان: ۷۴۱ ـ ۷۴۲)

در این کتاب تلاش شده است تا با تبیین جایگاه و ابعاد دیپلماسی فرهنگی، این مهم را خاطر نشان کند که غفلت ورزیدن از ابعاد ارتباطات فرهنگی که در سطح تعاملات دولت مدرن مطرح است و محدود ساختن نگرش دستگاه دیپلماسی فرهنگی از دیدگاه حکومتی آن هم با نگاه تقلیل‌گرایانه، که نمایانگر جلوه‌های خاص و محدود هنری مصطلح یک کشور است، و نگرش تنگ‌نظرانه باعث می‌شود که فرهنگ اندیشه‌ای و رفتاری نظام، که در عرصه‌های مختلف سیاستگذاری، تصمیم‌گیری و الگوهای رفتاری جلوه‌گر است، منطق و ضابطه موجه در عرصه بین‌الملل پیدا نکند و عرصه را به نفع تبیین‌های ناشایست خالی بگذارد و زمینه را برای شکل‌گیری نوعی اجماع و توافق جهانی علیه تهدیدآمیز بودن فرهنگ ارزشی و رفتاری کشور فراهم آورد.

در ادبیات روابط بین‌المللی و سیاست خارجی تعاریف متعددی برای دیپلماسی فرهنگی آمده است. فرانک نینکوویچ، دیپلماسی فرهنگی را تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان با هدف طراحی و بنیاد نهادن تفاهمنامه‌ها و توافقاتی بر اساس ارزش‌های مشترک می‌داند و گیفورد مالون دیپلماسی فرهنگی را معماری یک شاهراه دو طرفه به منظور ایجاد کانال‌هایی برای معرفی تصویر

واقعی و ارزش‌های یک ملت و در عین حال، تلاش برای دریافت درست تصاویر واقعی از سایر ملت‌ها و فهم ارزش‌های آن‌ها می‌داند. در نظر میلتون کامینگز، دیپلماسی فرهنگی عبارت است از مبادلهٔ ایده‌ها، اطلاعات، هنر، سبک زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات برای دستیابی به مفاهمه مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها. (حسن‌خانی، ۱۳۸۶: ۲۲۶ ـ ۲۲۷)

دیپلماسی فرهنگی حوزه‌ای از دیپلماسی است که به برقراری، توسعه و پیگیری روابط با کشورهای خارجی از طریق فرهنگ، هنر و آموزش مربوط است. دیپلماسی فرهنگی فرایند مؤثری است که در آن فرهنگ یک ملت به جهان بیرون عرضه می‌شود و خصوصیات منحصر به فرد فرهنگی ملت‌ها در سطوح دوجانبه و چندجانبه ترویج می‌یابند.[1]

ریچارد آرمیتاژ، معاون اسبق وزارت امور خارجه آمریکا، معتقد است: «دیپلماسی منحصر به گفتگو با دوستان نیست، اگر توانستید با مردمی صحبت کنید که دوست نیستند آن نشانگر قدرت دیپلماسی شماست.» (نوری شاهرودی، ۱۳۸۵)

احمد نقیب‌زاده، استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران، در تعریفی، دیپلماسی فرهنگی را هنر کاربست و اجرای سیاست‌های فرهنگی توسط نمایندگان رسمی کشورها می‌داند. به تعبیر او مهارت و هنر استفاده از توزیع بهینه بودجه تشخیص داده شده برای برنامه‌های فرهنگی توسط دیپلمات‌ها، دیپلماسی فرهنگی نامیده می‌شود. این برنامه‌ها یا فعالیت‌ها، خود ممکن است در خدمت اهدافی چون ایجاد صلح و ثبات جهانی، صدور فرهنگ‌ها و تقویت هویت ملی کشورها و جز این‌ها باشند. (حقیقی، ۱۳۸۶: ۶۶)

منظور از دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تأثیرگذاردن بر مردم دیگر کشورهاست. بر اساس تعریفی دیگر، دیپلماسی فرهنگی تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ میان ملت‌ها به منظور تقویت تفاهم متقابل است. دیپلماسی فرهنگی، در واقع تأمین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است. پیشبرد منافع ملی با به‌کارگیری ابزار فرهنگی ممکن است نتواند جایگزین سایر ابزارها همانند ابزارهای سیاسی، اقتصادی، نظامی و... بشود.

---

1. htp://textus:Diplomacy.Edu/textusBin/BViewers/oview/culturaldiplomacy/oview.asp

اما می‌تواند مکمل آن‌ها باشد. امروزه حتی قوی‌ترین کشورها نیز ترجیح می‌دهند تا آن‌جایی که ممکن است از شیوه‌های فرهنگی برای تأمین منافع خود استفاده نمایند تا سایر اهرم‌ها. (نبی سنبلی، خبرگزاری فارس) به همین دلیل استفاده از ابزارهای فرهنگی در پیشبرد منافع ملی امری عادی و جا افتاده محسوب می‌شود.

با برداشتی تطبیقی از وجوه مشترک این تعاریف می‌توان چنین نتیجه گرفت که دیپلماسی فرهنگی روایت داستان یک تمدن برای صاحبان سایر تمدن‌ها با استفاده از ابزارهای جنس همان تمدن است. به عبارت دیگر، دیپلماسی فرهنگی آن‌گاه معنی و مفهوم واقعی خود را پیدا می‌کند که کشوری برای انتقال غنای نهفته در فرهنگ و تمدن خود با استفاده از مکانیسم‌ها و ابزارهایی از همان جنس به معرفی و انتقال آن به سایر ملل پرداخته و آن را در سیاست خارجی خود لحاظ نماید. (حسن‌خانی، ۲۲۷:۱۳۸۶)

دیپلماسی فرهنگی به روابط رسمی میان دو کشور در مسائل فرهنگی اطلاق می‌شود و این روابط معمولاً دوجانبه است ولی روابط فرهنگی کم‌تر رسمی و کمی غیر رسمی است و این امر بیش‌تر میان بخش‌های مختلف حرفه‌ای ـ علمی و آموزشی دو کشور برای ارتقای روابط و به صورت مستقیم صورت می‌گیرد.

دیپلماسی فرهنگی به عنوان یک ابزار کارآمد و قابل انعطاف در سیاست خارجی، زمینه‌ساز ارتقای سطح روابط دولت‌ها و به تبع آن افزایش تفاهم میان ملت‌ها و ایجاد صلح و ثبات بین‌المللی است. این ابزار مهم، از طریق گسترش مبادلات فرهنگی ـ هنری، توسعه همکاری‌های علمی ـ آموزشی و تعامل نخبگان جوامع، آموزش زبان و رفع موانع موجود زبانی، بسترهای مناسب درک متقابل جوامع انسانی از یکدیگر را فراهم می‌آورد. (حقیقی، ۲:۱۳۸۶)

در یک دیدگاه کلی مبانی دیپلماسی فرهنگی را می‌توان به شرح ذیل برشمرد:

۱. شناخت توانایی‌ها، ظرفیت‌ها، مزیت‌ها و سیاست‌های فرهنگی کشور مبدأ؛

۲. شناخت توانایی‌ها، ظرفیت‌ها، مزیت‌ها و سیاست‌های فرهنگی کشور مقصد؛

۳. تلقی از فرهنگ و متدهای فرهنگی به عنوان قدرت نرم؛

۴. افکار عمومی به عنوان بستر و زمینه اعمال قدرت نرم؛

۵. توجه به دیپلماسی نوین با رویکردی به بازیگران غیر دولتی (شخصیت‌های فرهنگی و مذهبی، هنرمندان، نویسندگان و... همچنین سازمان‌های غیر دولتی و NGOهای فعال در زمینه‌های فرهنگ، ادیان، حقوق بشر و سازمان‌های بین دولتی و نیز بهره‌گیری از تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات).

در توضیح دو مبانی اول دیپلماسی فرهنگی یعنی شناخت سیاست‌های فرهنگی کشور مبدأ و شناخت سیاست‌های فرهنگی کشور مقصد (با توضیح این‌که سیاست فرهنگی یک کشور را وضعیت و ظرفیت و توان فرهنگی آن کشور در نظر بگیریم)، به طور خلاصه به دو کلمه یا واژه «شناسایی» و «شناساندن» خواهیم رسید. از یک سو، می‌بایست ویژگی‌های فرهنگی کشور هدف را شناسایی کرد و از سوی دیگر، چهره اصیل ایران اسلامی (کشور مبدأ) را به درستی به مخاطبان خود در خارج از کشور شناساند.

در بخش اول به دریافت واقع‌بینانه‌ای از جامعه هدف خواهیم رسید و ضمن دستیابی به نیازهای موجود، مخاطبان را به خوبی خواهیم شناخت و نهایتاً امکان رصد کردن فرصت‌ها و موانع را فراهم خواهیم کرد و سیاستگذاران بخش فرهنگی را در تنظیم سیاست‌های اصولی در فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور یاری خواهیم داد. بخش دوم یعنی شناساندن فرهنگ و تمدن اصیل اسلامی ـ ایرانی (ویژگی کشور مبدأ) نیز ابزار و شیوه‌های مناسب خود را در هر حوزه می‌طلبد. (ایمانی‌پور، ۱۳۸۳)

از سوی دیگر، «اگر ملت‌ها به قدر کافی با ظرافت‌های فرهنگ و ارزش‌های دیگران آشنا نباشند، حتی اگر فرهنگ و ارزش‌های خود را خوب بشناسند، قادر نخواهند بود با رقبای سیاسی، تجاری، اقتصادی و صنعتی خود آگاهانه و نیرومند برخورد کنند. بنابراین، برقراری روابط امری الزامی است. با توجه به گسترش سطح ارتباط و تعامل بین فرهنگ‌ها و ملل مختلف، مطالعه روابط فرهنگی و تبادل و تعامل بین فرهنگ‌ها، دولت‌ها نیز با اهداف مختلف امنیت، حفظ و بقای فرهنگ و تمدن خود و علت‌های بسیار دیگری در عرصه بین‌الملل وظایفی برای ساماندهی، هدایت، نظارت و سیاستگذاری بر عهده خواهند داشت.» (لر، ۱۳۸۲، ۱)

البته برنامه‌های مشترک، جزئی از برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی است و

شناختن فرهنگ یک کشور به طور کامل خیلی مشکل است. انسان باید تلاش کند تا دیدگاه‌های نادرستش را با مطالعه اصلاح کند و در این مهم، درک از فرهنگ در جوامع مختلف متفاوت است. از سوی دیگر، فرهنگ پدیده‌ای است که مدام دستخوش تغییر و تحول و مقوله‌ای بسیار پویا و دینامیک است. در عین حال، برای کسانی که به باورها و علایق سنتی و گذشته خود سخت پایبند هستند چنین مسائلی مشکل‌ساز می‌شود.

چند راهکار برای شناساندن فرهنگ ملی به عنوان بستر دیپلماسی فرهنگی:

۱. تقویت و گشایش مراکز زبان فارسی و ایران‌شناسی در کشورهای مختلف؛

۲. چاپ و نشر کتاب و مجلات متعدد به زبان‌های مختلف دنیا؛

۳. ایجاد ارتباط گسترده با دانشمندان و مراکز علمی خارج از کشور؛

۴. تبادل هیئت‌های فرهنگی، دانشجو، استاد و...؛

۵. ایجاد ارتباط عمیق و گسترده دینی با رهبران ادیان مختلف کشورها؛

۶. برگزاری نمایشگاه هنری و هفته‌های فیلم و...

۷. برقراری ارتباط با سازمان‌های غیر دولتی به‌ویژه فرهنگی و NGOها

۸. ارتباط با رسانه‌های کشور هدف در راستای توجه به دیپلماسی نوین (بازیگران غیر دولتی و بین دولتی و اهمیت تکنولوژی ارتباطات).

هدف اساسی دیپلماسی فرهنگی ارائه دیدگاه روشن و موجه نسبت به فرهنگ ارزشی و رفتاری نظام برای بازیگران مختلف عرصه بین‌الملل شامل: دولت‌ها، سازمان‌های دولتی بین‌المللی و غیر دولتی، نهادهای جوامع مدنی و افکار عمومی است.

استفاده از فرهنگ در دیپلماسی فرهنگی در مقایسه با سایر ابزارها و اهرم‌های رایج در روابط بین‌الملل دارای مزایای زیر است:

۱. مواجه شدن با مقاومت کم‌تر در جوامع و کشورهای مقصد؛

۲. کاهش ریشه‌ای سوءاستفاده، جهل و ترس در روابط دو کشور؛

۳. احتمال کاهش درگیری نظامی میان کشورها و کاهش اهمیت مسائل نظامی و استراتژیک؛

۴. عاری بودن دیپلماسی فرهنگی از لحنی خصمانه و آمرانه در کنار جذابیت بیش‌تر و، در نتیجه، هدف قرار دادن روح و ذهن مخاطبان خود؛

۵. فرصت و زمینه بیش‌تر برای بازیگران غیر رسمی، نهادهای مدنی، اشخاص حقیقی و حقوقی غیر دولتی و میدان مانور گسترده‌تر از دیپلماسی کلاسیک سنتی؛

۶. کشف و ترویج و تعریف ارزش‌های مشترک و جهان‌شمول و تأمین منافع ملی در چارچوب منافع مشترک؛

۷. گسترش ریشه‌ای باب مفاهمه بیش‌تر و بهتر میان کشورها و تسری آن به حوزه‌های سیاسی و امنیتی؛

۸. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند خلاقانه‌تر، انعطاف‌پذیرتر و حتی فرصت‌طلبانه‌تر از دیپلماسی کلاسیک و سنتی در بسیاری از حوزه‌ها طراحی و اجرا شود.

به خدمت گرفتن ابزارهای فرهنگ در دیپلماسی در مقایسه با سایر ابزارها و اهرم‌های رایج در روابط بین‌الملل، مستلزم مقدماتی نظیر ابتکارات و دیپلمات‌های خلاق و کاردان است. «قدرت دیپلماسی فرهنگی هر کشور دقیقاً به اندازه قدرت آن کشور در انگاره‌سازی و خلاقیت فرهنگی است. هر چه ابتکارات و ابداعات دولتی در این حوزه متنوع‌تر و بیش‌تر باشد دیپلماسی موفق‌تری را به نمایش خواهد گذاشت. یکی از شروط تحقق این مهم، به‌کارگیری دیپلمات‌های خلاق، کاردان و متخصص در دستگاه دیپلماسی فرهنگی است. همان‌گونه که سوجت موکو و کنت تامپسون نیز تأکید کرده‌اند، یک دیپلمات فرهنگی بایستی بر حوزه ادبیات، زبان‌شناسی و هنرهای مختص کشور خود و جامعه‌ای که در آن مشغول فعالیت است اشراف کامل داشته باشد و با مطالعات تطبیقی بتواند در عمل بر روی شباهت‌های فرهنگی طرفین انگشت بگذارد.» (حقیقی، ۲۸۵:۱۳۸۶) به عنوان مثال، دیپلمات فرهنگی ایرانی در یونان همان‌قدر که فردوسی را می‌شناسد از هومر و آثارش نیز آگاهی داشته باشد.

گسترش ارزش‌های ملی، یکی از اهداف اصلی دیپلماسی فرهنگی است. یکی از راه‌های پیشبرد ارزش‌ها، یافتن ارزش‌های مشابه در دیگر فرهنگ‌ها و پیوندزدن میان آن‌هاست. بدیهی است تأکید بر ارزش‌های ناهمگون و ناسازگار با ارزش‌های پذیرفته شده یک جامعه، نتیجه عکس خواهد داد. هر فرهنگ و تمدنی دربرگیرنده ارزش‌های گوناگونی است که به جای خویش نیکوست و این به معنای کنارگذاشتن ارزش‌های مورد قبول خود و هضم شدن در برابر دیگران نیست، بلکه استفاده از

عناصر فرهنگی، به منظور ارتقای منافع و امنیت ملی است. (نبی سنبلی، خبرگزاری فارس)

مکانیسم‌های به‌کارگیری فرصت‌ها و ظرفیت‌های فرهنگی در دیپلماسی فرهنگی

۱. برجسته‌کردن نقش و تأثیر فرهیختگان و دانشمندان تاریخ گذشته و معاصر کشور متبوع در پیشبرد علم، ادب و فرهنگ در سطح جهان و استفاده از شهرت و اعتبار آن‌ها در جهت اهداف دیپلماسی فرهنگی؛

۲. استفاده از پتانسیل‌های نهفته در زبان و ادبیات کشور و ترویج آن از طریق تأسیس رشته زبان و ادبیات کشور متبوع در دانشگاه‌های مهم جهان؛

۳. حضور مؤثر و فعال در مجامع و کنفرانس‌های بین‌المللی در کنار شرکت در رخدادها و جشنواره‌های هنری و ورزشی و برگزاری نمایشگاه و گردهمایی و کارگاه؛

۴. ارائه آموزش‌های خاص فرهنگی و ظریف به دیپلمات‌های فرهنگی؛

۵. راه‌اندازی کشورشناسی و ایجاد کرسی در دانشگاه‌های معتبر جهان.

هم‌اکنون بسیاری از کشورها حتی کشورهای جهان سوم نیز از این پدیده یعنی دیپلماسی فرهنگی به عنوان نوعی ابزار در سیاست خارجی خود استفاده می‌کنند. بریتانیا، فرانسه، آلمان، اتریش، استرالیا، کانادا و ژاپن از جمله کشورهای مطرحی هستند که جایگاه مخصوصی را در حوزهٔ دیپلماسی فرهنگی به خود اختصاص داده‌اند.

«کامیابی و موفقیت در سیاست خارجی به طور عام و در حوزه تغییر چهره و تصویر یک کشور در جوامع دیگر به طور خاص، در گرو استفاده درست از ساز و کارها و ابزارهای فرهنگی در چارچوب دیپلماسی فرهنگی است. تلقی منفی و تصویر ذهنی تاریکی که جهانیان از یک کشور یا یک حکومت دارند، تنها در سایه دیپلماسی فرهنگی قابل تغییر و اصلاح است. تنها با ابزارهایی از جنس فرهنگ می‌توان در عمق باورها و اعتقادات ملت‌ها رسوخ کرد و ائتلاف‌ها و اتحادهایی پایدار را در نظام بین‌الملل بنیان نهاد. از این منظر، به‌کارگیری دیپلماسی فرهنگی را نه تنها برای دستیابی به اهداف فرهنگی، بلکه برای نیل به اهدافی با ماهیت سیاسی، امنیتی و حتی نظامی نیز می‌توان تجویز کرد.» (حسن‌خانی، ۱۳۸۶:۲۳۸ ـ ۲۳۹)

نباید در کاربرد دیپلماسی و سیاست خارجی دچار اشتباه مترادف گرفتن آن‌ها

برای هم شد. زیرا «سیاست خارجی، اهداف و ایستارهای حاکم بر روابط دولت با دیگران است، اما دیپلماسی ابزاری است که برای تحقق سیاست خارجی به‌کار می‌رود. در تعریفی دقیق‌تر می‌توان گفت: عمل هدایت و اداره روابط میان دولت‌ها از طریق نمایندگان رسمی آن‌ها را دیپلماسی می‌گویند. تجربه نشان داده است در همه حال، حتی در زمان جنگ و اوج منازعات میان ملت‌ها، هنر دیپلماسی و فن مذاکره دیپلمات‌ها می‌تواند گره‌گشا باشد.» (حقیقی، ۱۳۸۶: ۶۱ ـ ۶۲)

از دیدگاه وزارت امور خارجهٔ فرانسه، این کشور همواره التزامی تاریخی و پایدار برای ترویج فرهنگ فرانسوی به عنوان یکی از پارامترهای مهم در سیاست خارجی خود داشته است. دیالوگ و مناظره در حوزه تعاملات فرهنگی با کشورهای اروپایی به‌طور خاص، و با سایر کشورهای جهان به طور عام، از مؤلفه‌های اصلی دیپلماسی فرهنگی فرانسه محسوب می‌شود. از دید کانادایی‌ها، سیاست خارجی این کشور بر سه ستون سیاست، اقتصاد و فرهنگ استوار شده است. مشارکت همکاری‌محورانه با سایر فرهنگ‌های جهان، یکی از محورهای اصلی استراتژی کانادا در سیاست خارجی‌اش است. از نگاه وزارت خارجهٔ اتریش، سیاست فرهنگی بین‌المللی جزء لاینفک سیاست خارجی این کشور محسوب و بر مبنای گفتگوی فرهنگی با جهان خارج بنا شده است. بریتانیایی‌ها و استرالیایی‌ها آنچه را روابط بین‌المللی فرهنگی می‌نامند، یکی از اولویت‌های عمده در سیاست خارجی خود تلقی می‌کنند که هدف آن ارائه تصویری مثبت از این کشورها در جهان است. ژاپنی‌ها نیز در سیاست خارجی خود آنچه را «تعاملات و تبادلات فرهنگی» تعریف کرده‌اند، بخشی حیاتی از سیاست خارجی خود قلمداد می‌کنند و آن را برای تأمین اهدافی از قبیل تعمیق فهم متقابل با سایر ملل جهان بر اساس پذیرش تنوع و تکثر فرهنگ‌ها، تقویت حس اعتماد میان کشورها و نیز ترویج روح تساهل و گفتگو میان تمدن‌ها مفید می‌دانند.

نکته بسیار مهم در این‌جا این واقعیت است که همهٔ کشورهای فوق‌الذکر ساختارهای لازم برای محقق کردن و اجرایی ساختن دغدغه‌های فرهنگی خود در قالب سیاست خارجی کشور متبوعشان را پیش‌بینی و نهادهای مورد نظر را برای این مهم تأسیس کرده‌اند. به طور مثال، در کشور فرانسه دپارتمان همکاری‌های فرهنگی و زبان فرانسه مستقر در وزارت خارجه و بخش‌های تابعهٔ آن نظیر AFAA مسئول بخش مهمی از دیپلماسی فرهنگی این کشور است. شعبات بریتیش کانسیل در

کشورهای مختلف جهان، موتور محرکه و مجری اصلی دیپلماسی فرهنگی بریتانیاست و مؤسسات گوته مجری اصلی دیپلماسی فرهنگی آلمان در جهان به شمار می‌روند که در برخی از موارد بسیار فعال‌تر، تعیین‌کننده‌تر و موفق‌تر از سفارتخانه‌های این کشورها در دنیا عمل کرده‌اند. (با دخل و تصرف از حسن‌خانی، ۱۳۸۶: ۲۳۶ - ۲۳۸)

بنابراین، پایه‌های دیپلماسی فرهنگی در آینده درک عمیق‌تر تنوع‌های فرهنگی است و محدودیت‌های ناشی از نسبیت‌گرایی فرهنگی و نظام جهانی بر مبنای این تنوع قرار دارد. هر چه که باشد، بشر امروز خود را در چنین شرایطی از تاریخ یافته است و لاجرم باید آن را مورد توجه قرار دهد و با مقتضیات زمانی و با حفظ موقعیت فرهنگی منطقه‌ای خود به پیشرفت و توسعه فرهنگی اقدام کند. (محمد اکبری، ۱۳۸۲: ۲۲۱)

بقای روابط فرهنگی به طور مستقیم به شناسایی و قبول تنوع فرهنگی بستگی دارد و تنها این نگاه می‌تواند ماهیت دیپلماسی فرهنگی را به نحو مطلوبی متحول سازد. روابط فرهنگی متقابل به معنای جریان دوجانبه مردم و عقاید آنان است که ضمن احترام به فرهنگ‌های بشری در عرصه پرهیز از سلطه و مؤلفه‌های قدرت نیز تلاش می‌کنند. بر این اساس، هر کشوری باید در موضع صادرکننده و همچنین واردکننده قرار گیرد. البته جدا کردن مبادلات فرهنگی از سیاست بین‌الملل به معنای پایان برنامه‌های دوجانبه نیست، هر چند که برنامه‌های ملی باید به عنوان یکی از موارد قابل انتخاب در برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی محسوب شوند، لکن ضروری است که شبکه‌های جدید ارتباطی میان ملت‌ها در سطوح منطقه‌ای و جهانی افزایش یابد و کلیه نهادهای بین‌المللی برای موفقیت خویش باید ابزار درک و تحمل این تنوع را به دست آورند. برای درک مفهوم جهان فرهنگی که دارای کثرت است، ناچار به تهیه ابزار مختلفی هستیم تا بتوانیم این تنوع را با روش دموکراتیک حفظ کنیم و چون همه فرهنگ‌ها قدرت یکسانی ندارند، ضروری است روش‌هایی اندیشیده شود تا به بقای فرهنگ‌های شکننده‌تر و ضعیف‌تر نیز بینجامد. (حقیقی، ۱۳۸۶: ۸۸ - ۸۹)

بنابراین، دیپلماسی فرهنگی را باید کلید تسخیر دل‌ها و فکرها قلمداد کرد، زیرا «بشر امروز بیش از پیش برای تحقق امنیت ملی و جهانی پایدار، نیازمند دیپلماسی فرهنگی است. دیپلماسی فرهنگی محور دیپلماسی عمومی است چرا که سبب

ایجاد اعتماد و تفاهم میان انسان‌ها شده، به واسطه آن ایده‌های یک ملت به بهترین شیوه ممکن به دیگران عرضه می‌شود. دیپلماسی فرهنگی در مواقع بروز تنش‌ها به عنوان یک ابزار قابل انعطاف در برقراری روابط میان کشورها عمل می‌کند و با سوءتفاهم، تنفر و تروریسم مقابله می‌کند. این‌گونه است که ملکه جنگ، خانم کاندولیزا رایس، ناخرسند از حقایق پیش رو اذعان می‌دارد که موفقیت آمریکا در عراق، نیازمند تعهد نسل‌هاست. تعهدی که ظاهراً جز با ابزار فرهنگ میسر نخواهد شد. دیپلماسی مؤثر فرهنگی نیاز به زمان دارد تا قلب‌ها و افکار جهانیان را تسخیر کند. هم‌اکنون زمان آن رسیده است تا چشم‌انداز دیپلماسی فرهنگی قرن بیست و یکم ترسیم شود.» (همان: ۲۶۰ ـ ۲۶۱)

به طور خلاصه، دیپلماسی فرهنگی مجموعه کوشش‌های یک دولت در زمینه سیاست خارجی است که با استفاده از مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی، برای جلب توجه و علاقه مخاطبان کشورهای دیگر به طور مستقیم و از طریق امکانات غیر سیاسی در داخل جوامع مختلف، در آن‌ها تأثیر می‌گذارد. ابزارهای اصلی این نوع دیپلماسی، شامل آموزش زبان، مبادلات آموزشی، انحای دیگری از تماس‌های مستقیم فرهنگی‌اند. هدف دیپلماسی فرهنگی یک کشور در کشورهای خارجی آماده ساختن جوانان و نخبگان آینده این کشورها برای تکلم به زبان آن کشور و شناخت ادبیات و فرهنگ آن و به عبارت دیگر، ایجاد زمینه‌های لازم برای درک و ارجگذاری بیش‌تر گزارش‌ها و تصویرهای انعکاس یافته از سوی وسایل ارتباط جمعی کشورهای انتقال‌دهنده زبان، ادبیات و فرهنگ پیشرفته است. (معظمی، ۱۳۸۴: ۶ و ۸)

جان کلام این‌که اهمیت دیپلماسی فرهنگی در تأمین امنیت ملی و منافع درازمدت یک کشور کم‌تر از دیپلماسی اقتصادی و سیاسی نیست. کشورهایی که از نظر نظامی و اقتصادی در موقعیت ضعیف‌تری قرار دارند نباید از اهمیت فرهنگ غافل شوند، چرا که امروزه افکار عمومی داخلی و بین‌المللی یک فاکتور مهم در تصمیم‌گیری سیاسی محسوب می‌شود. کشوری که بتواند با به‌کارگیری فعالیت فرهنگی منسجم، هماهنگ و حساب‌شده وجهه ملی بهتری از خود در عرصه بین‌المللی ارائه دهد، با وجود ضعف نظامی و اقتصادی، کم‌تر در معرض تهدیدات امنیتی قرار خواهد گرفت.

دیپلماسی فرهنگی در دیدگاه سوجت موکو و کنت تامپسون

کنت تامپسون[1] و سوجت موکو[2] در مقاله‌ای تحت عنوان «دیپلماسی فرهنگی»، بینشی کارکردی در بارهٔ نقش فرهنگ دارند. آن‌ها نیز در ابتدا بر غفلت از عوامل مهم فرهنگی در عرصهٔ سیاست خارجی تأکید می‌کنند و معتقدند که در مطالعات سنّتی و نیز در سنت سیاستمداران، دیپلماسی فرهنگی منزلت چندانی ندارد. به گفتهٔ آن‌ها، معمولاً در زمان‌های جنگ و بحران از بودجهٔ فعالیت‌های فرهنگی می‌کاهند و به‌مثابهٔ یک فعالیت فوق برنامه به آن می‌نگرند. در حالی که بی‌توجهی به عناصر فرهنگی به منزلهٔ عدم درک شرایط جدید جهانی است. به نظر تامپسون و موکو روابط فرهنگی عرصهٔ جامعی از روابط میان ملّت‌هاست که می‌تواند شرایط یک زندگی صلح‌آمیز را فراهم آورد. تحول ارتباطات و پیدایی تکنولوژی نوین ارتباطی و اطلاعات، زمینه را برای روابط نزدیک‌تر میان فرهنگ‌ها آماده ساخته است. از دیدگاه آنان، انقلاب ارتباطات دو دلیل عمده برای اهمیت دیپلماسی فرهنگی دارد:

نخست آن‌که، با کاهش احتمال درگیری نظامی میان قدرت‌های بزرگ، از اهمیت مسائل نظامی و استراتژیک کاسته شده و مسائلی که به نوعی با دیپلماسی فرهنگی مربوطند، مثل علوم و تکنولوژی، مبادلات آموزش، مسائل زیست محیطی و...، جایگزین آن شده‌اند.

دوم آن‌که، احتمال درگیری میان قدرت‌های فروتر افزایش یافته است. روابط فرهنگی می‌تواند در کاهش سوءتفاهم، جهل و ترس موجود میان این قدرت‌ها که به تعارض و رویارویی آن‌ها منجر می‌شود، کمک کند.

اهمیت دیپلماسی فرهنگی

۱. به قول مارتین وایت[3] توزیع قدرت در جهان جدید به یک «چلچراغ سیاست» تشبیه می‌شود. دوران دوقطبی تمام شده و چین، ژاپن، اروپا و قدرت‌های اتحادیه‌های منطقه‌ای در کنار آمریکا و روسیه به قدرت‌های جدید تبدیل شده‌اند. پیدایش این قدرت‌های جدید، شبکه تازه‌ای از روابط میان ملت‌ها را به وجود آورده‌اند و ملت‌ها برای وارد شدن به این شبکه، نیازمند شناخت بیش‌تر از فرهنگ یکدیگر هستند. فرهنگ بیش‌تر از ترس زمینه‌ساز این روابط باشد.

---

1. Keneth Thompson 2. Sovdjet Moko 3. Martin White

۲. پیدایش نیازهای جدید در عرصهٔ ارتباطات، علوم، تکنولوژی و اطلاعات، ملت‌ها را ناگزیر می‌کند که ارتباطات فرهنگی گسترده‌ای برقرار کنند. امروز برای حل مسائل بهداشتی و اجتماعی و حتی مشکلات بومی، تجاری و زیست‌محیطی، نیاز فراوانی به اطلاعات و همکاری‌های علمی ـ تحقیقاتی و فرهنگی وجود دارد. به عبارت دیگر، ملت‌ها برای حل مسائل و برآورده کردن نیازهای نوین خود، ناگزیر از برقراری ارتباطات وسیع فرهنگی با یکدیگرند.

۳. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری نظام جدید بین‌المللی و به وجود آوردن مفاهیم و قواعد جدید در عرصهٔ بین‌المللی باشد. (مفاهیمی مثل حقوق بشر و صلح ممکن است پایه و اساس روابط بین‌الملل قرار گیرند.) جا افتادن این مفاهیم تنها از طریق دیپلماسی فرهنگی امکانپذیر است.

دیپلماسی فرهنگی در گذشته دچار افراط و تفریط در عمل‌زدگی و یا ایده‌آلیسم بوده است. برای دیپلماسی مؤثر و قدرتمند فرهنگی چند شرط لازم است:

در درجهٔ اول، وجود فلسفه و مذهب ضروری است. کشورهایی مثل ژاپن که از نظر فلسفه ضعیفند نمی‌توانند دیپلماسی فرهنگی موفقی داشته باشند، در حالی که مسیحیت و اسلام در دوره‌های تاریخی معینی توانسته‌اند زمینه‌های قدرتمندی برای روابط فرهنگی به وجود آورند. تفکر یونانی و رومی نیز در دوره‌ای چنین نقش زمینه‌سازی ایفا کرد.

در درجهٔ دوم، وجود تفکر و اندیشهٔ جهانی حائز اهمیت است. اندیشه‌هایی مثل فلسفهٔ یونان جنبه‌ای جهانی دارند و به دنبال ایفای نقش جهانی هستند. وجود این اندیشه‌ها، که دامنهٔ آن‌ها به فراتر از مرزها می‌رود، ممکن است مبنای سیاست فرهنگی باشد.

در درجهٔ سوم، ایدئولوژی‌ها نقش مهمی در روابط فرهنگی دارند. در زمان جنگ سرد، ایدئولوژی‌ها مهم‌ترین عامل دیپلماسی فرهنگی بودند، امروز هم توجه به عنصر ایدئولوژی ممکن است نقش اساسی در این عرصه داشته باشد.

به هر طریق، از دیدگاه تامپسون و موکو، روابط فرهنگی ممکن است مبنا و زمینه‌ساز بازسازی جهانی باشد. برای حل معضلات جدید جهانی بقای همهٔ فرهنگ‌ها و ارتباط میان آن‌ها از طریق دیپلماسی فرهنگی ضروری است. این امر نه تنها امکان

مفاهمه و حل مشکلات را فراهم می‌آورد، بلکه شرایط لازم برای عقلایی شدن و تجدید ساختار نظام جهانی را نیز مهیا می‌سازد. (سلیمی، ۱۳۷۹:۷۳ - ۷۵)

اهداف دیپلماسی فرهنگی دولت‌ها از نظر سوجت موکو و کنت تامپسون که برای فرهنگ نقش محوری در حوزه روابط بین‌الملل قائلند، به شرح ذیل است:

۱. کسب وجهه بین‌المللی در میان سایر اقوام و ملت‌ها و اثرگذاری بر رفتار آن‌ها به عبارت دیگر، کشورها به کمک دیپلماسی فرهنگی به دنبال تثبیت و تقویت جایگاه خود در عرصه بین‌المللی هستند.

۲. ایجاد نهادهای علمی ـ فرهنگی جدید به منظور برقراری روابط پایدارتر و صمیمیت بیش‌تر میان جوامع مختلف: این نهادها، خود زمینه‌ساز پایداری روابط در فضای نامطمئن سیاست بین‌المللی هستند.

۳. فهم دقیق اصول موجود در فرهنگ سایر ملت‌ها و کاوش در ریشه‌های فرهنگی و اجتماعی دیگر جوامع با هدف ارتقای درک متقابل میان ملت‌ها: این فرضیه از مبانی دیپلماسی فرهنگی است که هر نظام ملی بدون در نظر گرفتن ترس‌ها، امیدها، نیات و علایق دیگران کارایی نخواهد داشت. (حقیقی، ۱۳۸۶:۷۶ـ۷۸)

یکی از شروط مهم تحقق دیپلماسی فرهنگی به‌کارگیری دیپلمات‌های خلاق، کاردان و متخصص در دستگاه دیپلماسی فرهنگی است. به تأکید و زعم سوجت موکو و کنت تامپسون «دیپلمات فرهنگی بایستی بر حوزه ادبیات، زبان‌شناسی و هنرهای مختص کشور خود و جامعه‌ای که در آن مشغول است، اشراف کامل داشته باشد و با مطالعات تطبیقی بتواند در عمل بر روی شباهت‌های فرهنگی طرفین انگشت بگذارد.» (همان:۲۵۸)

در بارهٔ ابزارها و روش‌های اِعمال دیپلماسی فرهنگی در نظریات موکو و تامپسون، باید گفت که یکی از راهکارهای مؤثر برای انتقال هنجارها و ارزش‌های منحصر به فرد فرهنگی ارتقای سطح مبادلات آموزشی بین دولت‌هاست. آموزش و ترویج زبان رسمی کشورها و استفاده از کتاب به عنوان یک کالای فرهنگی برای شناساندن فرهنگ‌های ملی و بومی به دیگران، مبادله نخبگان فکری در قالب اعزام اساتید و دانشجویان به خارج و پذیرش اساتید و دانشجویان خارجی و تأسیس رشته‌ها و مراکز مطالعات منطقه‌ای در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی گام‌های مؤثری در راستای توسعه دیپلماسی فرهنگی ارزیابی می‌شود. (همان:۸۵)

موکو و تامپسون دو نکته مهم را در باب دیپلماسی فرهنگی یادآور می‌شوند:
۱. اعمال دیپلماسی فرهنگی به هنگام ادغام با اهرم قدرت مشکل‌تر می‌شود. زیرا از سویی کشور قوی‌تر را در موضعی قرار می‌دهد که نفوذ خویش بر کشور ضعیف‌تر را بیش‌تر کند و از طرف دیگر، موجب نمونه‌سازی از الگوی فرهنگی کشور قوی‌تر در کشور ضعیف‌تر می‌شود، در حالی که برای توفیق دیپلماسی فرهنگی، دو طرف باید هم دهنده و هم گیرنده باشند، در غیر این صورت، روابط فرهنگی در حد سلطه و وابستگی تنزل خواهد کرد.
۲. از آن‌جایی که ما در عصر پایان ایدئولوژی و یا عدم پایان آن زندگی می‌کنیم، پایه‌گذاری دیپلماسی فرهنگی بر مبنای سیاست‌های نجات‌بخش بشری در هر دو مورد فوق بسیار خطرناک خواهد بود و ممکن است به نادیده‌گرفتن سایر فرهنگ‌ها منجر شود که نه تنها موجب تحریف فرهنگ دیگران خواهد شد، بلکه ممکن است سوءتفاهم‌های خطرناکی را نیز پی‌ریزی کند.

در دیدگاه تامپسون و موکو، گرچه مفهوم دیپلماسی فرهنگی در مرکز بررسی‌ها قرار دارد، عملاً بحث به حیطهٔ وسیع روابط فرهنگی کشیده می‌شود و مباحثی در زمینهٔ نقش مستقل عامل فرهنگ در شکل دادن به ساختارهای بین‌المللی مطرح می‌شود.

بنابراین حیطهٔ وسیع فرهنگ از دیدگاه تامپسون و موکو بُعد وسیعی از زندگی بین‌المللی انسان را دربرمی‌گیرد و ممکن است تسهیل‌کنندهٔ مناسبات سیاسی و اقتصادی باشد و زمینهٔ تغییر ساختار جهانی را فراهم آورد.

روابط فرهنگی بین‌المللی از نظر جی. ام. میچل

جی. ام. میچل،[1] متفکر و نویسندهٔ انگلیسی، در کتاب روابط فرهنگی بین‌المللی، به تبیین دیدگاه خود و نشان دادن نقش پراهمیت فرهنگ در روابط بین‌الملل پرداخته است. از دیدگاه او، امور فرهنگی از جمله مسائلی است که فراتر از دیپلماسی سیاسی جاری هستند و می‌توانند به عنوان بُعد سوم روابط بین‌الملل مورد توجه قرار گیرند. سیاست، مکانیزم ایجاد پل‌های ارتباطی بین ملت‌هایی است که به دنبال

---

1. J. M. Mitchel

منافع ملی خود هستند، مکانیزمی که ممکن است بین شکاف‌های میان آن‌ها پل بزند. دیپلماسی نیز مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که به عنوان ابزار ممکن است در خدمت خواسته‌های سیاسی قرار گیرد. به تعبیر سر ارنست ساتو:[1] «دیپلماسی، به‌کار بستن اندیشه و تدبیر برای برقرار کردن روابط رسمی بین دولت‌های حکومت‌های مستقل است.»

میچل زندگی جاری انسانی را فراتر از روابط رسمی میان دولت‌ها می‌داند و از فرهنگ به عنوان بُعد سوم پس از سیاست و تجارت در روابط بین‌الملل نام می‌برد. او به تفاوت اصولی میان روابط فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی معتقد است. دیپلماسی فرهنگی عرصه‌ای است که دولت‌ها در آن فرهنگ خود را در قالب‌های رسمی (معاهدات دو یا چند جانبه) ارائه می‌کنند و یا اجازهٔ چنین فعالیتی را به طرف مقابل می‌دهند. اما روابط فرهنگی بسیار گسترده‌تر از این است. روابط فرهنگی شامل فعالیت‌های فرهنگی و تأثیر مؤسسات و نهادهای خصوصی و غیر دولتی بر یکدیگر نیز می‌شوند که در طول تاریخ وجود داشته است. از نظر میچل، روابط فرهنگی اعم از دیپلماسی فرهنگی است که با توسعهٔ مؤسسات خصوصی فرهنگی و گسترش ارتباطات، ابعاد گستردهٔ جدیدی یافته است.

میچل با اشاره به تعریف فرهنگ در کنفرانس ۱۹۸۲ یونسکو، که فرهنگ ظرفیت و تلاش انسان برای عکس‌العمل در مقابل خود و محیط خود است، شاخص‌های فرهنگی راگویای وجود فرهنگ در جامعه می‌داند. هنرها، کتابخانه‌ها، خدمات اطلاعاتی، ادبیات، آموزش زبان، علوم و تکنولوژی، ساختار اجتماعی، آموزش و پرورش، ارتباطات انسانی و... مبادلهٔ این امور به شکل‌گیری روابط فرهنگی میان ملت‌ها منتهی می‌شود.

به‌رغم تأکید میچل بر فرهنگ به عنوان بُعد دیگری از روابط بین‌الملل، هنگامی که او از کاربردها و استفاده‌های روابط فرهنگی سخن به میان می‌آورد، مشخص می‌شود که او نیز فرهنگ را فعالیتی وابسته و فعالیت‌های فرهنگی را هزینه‌بر می‌داند که برای تأمین اعتبارات و منابع مالی آن لازم است که توجیهات لازم صورت گیرد. بنابراین، برای توسعهٔ آن لازم است تا فوایدش مشخص شود. میچل

---

1. E. Sato

کاربردها، استفاده و فوایدی را برای روابط فرهنگی ذکر می‌کند که شامل موارد زیر است:

ـ روابط فرهنگی به عنوان ابزاری برای صلح: از این دیدگاه، روابط فرهنگی امکان مفاهمه میان ملت‌ها را فراهم می‌آورد و زمینه را برای جلوگیری و پیشگیری از جنگ فراهم می‌کند.

ـ روابط فرهنگی به عنوان حمایت از دیپلماسی متداول: روابط فرهنگی زمینه‌ساز و حامی روابط رسمی میان دولت‌ها هستند. زبان فرهنگ زبان ملایمی است که می‌تواند روابط رسمی را همراه با تفاهم همچنان زنده نگه دارد. روابط میان کشورها چنانچه به عرصه‌های فرهنگی کشیده شود نه تنها در سطح رسمی باقی می‌ماند، بلکه پیوندهای گسترده‌تری را میان ملت‌ها ایجاد می‌کند.

ـ روابط فرهنگی به عنوان وسیله‌ای برای ادراک و مفاهمهٔ بین‌المللی: روابط فرهنگی این امکان را به وجود می‌آورد که ملت‌های مختلف بیش‌تر یکدیگر را درک کنند و نه تنها از اندیشه‌ها و داشته‌های یکدیگر بهره گیرند، بلکه با درک متقابل یکدیگر امکان همکاری بین‌المللی و پیشگیری از منازعه را پدید آورند.

ـ روابط فرهنگی به مثابهٔ تسهیل‌کنندهٔ تجارت: از نظر میچل، تاریخ نشانگر آن است که گسترش تجارت همواره با زمینه‌سازی فرهنگی و گسترش روابط فرهنگی همراه بوده است. بنابراین، چنانچه روابط فرهنگی، زمینه‌ها و علایق و گرایش‌های فکری لازم را آماده کند، تجارت به گونهٔ پررونق‌تر و گسترده‌تری تحقق خواهد یافت. به‌رغم بررسی‌های فراوان، دیدگاه میچل در بارهٔ ماهیت و تأثیر روابط فرهنگی چندان عمیق نیست و صرفاً به آن به منزلهٔ یک عنصر زمینه‌ساز نگاه می‌کند. این همان دیدگاهی است که خود وی در ابتدای کتابش به آن حمله می‌کند. چنانچه فرهنگ بُعد دیگری از روابط بین‌الملل باشد، صرفاً نمی‌توان به آن به عنوان عاملی حاشیه‌ای وابسته و زمینه‌ساز برای عوامل اصلی نگریست.

جی. ام. میچل اصلی‌ترین عرصه‌ها و تجلیات روابط فرهنگی بین‌المللی را که در حقیقت بیانگر ابزارها و در عین حال زمینه‌های روابط فرهنگی میان ملت‌هاست، به شرح زیر می‌شمارد:

ـ اطلاعات و کتاب: مبادلهٔ اطلاعات و کتاب‌های تولید شده در هر جامعه، نمونهٔ بارزی از روابط فرهنگی میان ملت‌هاست. از این رو، ملت‌هایی که کتاب و

اطلاعات بیش‌تری در آن‌ها تولید می‌شود و نیز ملت‌هایی که امکان استفاده از کتاب و اطلاعات دیگران را دارند، شرایط بهتری برای برقراری روابط فرهنگی دارند.

ـ مبادله افراد: گسترش رفت و آمد میان اعضای یک جامعه عملاً به تبادل فرهنگ‌های آن‌ها منجر می‌شود. مهاجرت کارگران و رفت و آمد دانشجویان، استادان و متخصصان، همچنین گسترش توریسم، موجب تماس بیش‌تر افراد جوامع با یکدیگر و تأثیرپذیری فرهنگی آن‌ها از یکدیگر است.

ـ زبان و آموزش زبان: گسترش زبان یک ملت به معنای تأثیرگذاری فرهنگی آن و اوج‌گیری روابط فرهنگی است. به عنوان مثال، هنگامی که زبان انگلیسی تبدیل به زبانی جهانی می‌شود، فرهنگ انگلیسی و آمریکایی نیز به همراه آن فراگیر می‌شود و امکان گسترده‌ای برای روابط فرهنگی به وجود می‌آورد.

ـ هنرها: از دید میچل برای سیاستمداران، دیپلمات‌ها و روزنامه‌نگاران، هنر اصلی‌ترین تجلی حضور حیات فرهنگی یک ملت است. مشخصات فرهنگی یک کشور را می‌توان در هنرهای آن جست و همچنین میزان روابط فرهنگی دو کشور را با بررسی نحوهٔ ارائه هنرهای آنان به یکدیگر سنجید. واردات محصولات هنری برای بسیاری از کشورها، از مهم‌ترین مسائل خارجی آن‌هاست و بدین سبب مؤسسات صادرکنندهٔ این محصولات، نقش مهمی در روابط خارجی ملت‌ها دارند. به نظر میچل، هنر انواع و ابعاد مختلفی دارد و شامل این‌گونه امور می‌شود: موسیقی، تئاتر، رقص، اپرا، فیلم، ویدئو، فولکلور، تلویزیون، نمایشگاه نقاشی، عکاسی، گرافیک و...

ـ فعالیت‌های علمی ـ آموزشی: میچل، ایجاد مدارس و دانشگاه‌های بزرگ و مبادلهٔ استاد و دانشجو، و مبادلات علم و تکنولوژی را در سرفصل‌های مختلف به عنوان زمینه‌های مهمی در روابط فرهنگی بین‌المللی ذکر می‌کند.

ـ رسانه‌های جهانی و تکنولوژی جدید ارتباطات: پیدایش ماهواره‌ها و شبکه‌های رادیو ـ تلویزیونی و تکنولوژی جدید ارتباطات و اطلاعات امکان مبادلهٔ فرهنگی گسترده‌ای را فراهم می‌آورد. این بُعد جدید روابط فرهنگی، تمامی عرصه‌های سیاسی و اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده است. تأثیر گستردهٔ این رسانه‌ها بر فرهنگ‌های مختلف و شکل دادن به ذهنیت‌های موجود در سرزمین‌های گوناگون به حدی است که می‌تواند خود به عنوان عامل مستقل و مهمی در عرصهٔ مناسبات بین‌المللی رخ نماید.

از نظر میچل این شش شاخص روابط فرهنگی، در مجموع شکل‌دهنده این بُعد از روابط بین‌الملل هستند. به عبارت بهتر، فرهنگ‌های مختلف از طریق این شش شاخص بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و آن‌ها عرصه‌های تجلی روابط فرهنگی بین‌المللی هستند.

با این توضیحات می‌توان گفت که به‌رغم توضیحات نظری میچل، نوعی گرایش عمل‌گرایانه آن هم از نوع رسمی و دولتی بر ذهنیت وی حاکم است. او بیش‌تر همانند یک مدیر دولتی که می‌تواند از ابزارهای فرهنگی برای دستیابی به اهداف سیاسی خود بهره جوید، به بررسی مسائل بین‌المللی فرهنگی می‌پردازد. از این رو، در نهایت عوامل فرهنگی از دیدگاه میچل در خدمت اهداف سیاسی در می‌آیند. آنچه مورد توجه اوست برداشتی از نقش جوهری و بنیادین فرهنگ در مناسبات بین‌المللی نیست، اندیشهٔ او در چارچوب تفکر کلاسیک در بارهٔ سیاست خارجی است. بنابراین عوامل فرهنگی نیز به مثابهٔ عناصر تسهیل‌کننده دیپلماسی و سیاست خارجی در اندیشهٔ او حضور می‌یابد، زیرا میچل تنها بر آن عوامل و عناصر روابط فرهنگی تأکید می‌کند که می‌تواند مقوّم دیپلماسی باشد و دولت‌ها را در رسیدن به اهداف سیاسی و اقتصادی یاری رساند. درست است که این عوامل و عناصر در خارج از حیطهٔ دیپلماسی قرار دارند و به همین دلیل عنوان روابط فرهنگی به خود می‌گیرند، در نهایت در خدمت دیپلماسی و اهداف سیاسی ـ اقتصادی دولتمردان هستند.[1]

دیپلماسی فرهنگی و مفهوم قدرت نرم[2]

قدرت نرم را جوزف نای،[3] دستیار سابق وزیر دفاع آمریکا در امور امنیت بین‌الملل و تئوریسین آمریکایی، به‌کار برد. او برای نخستین بار در سال ۲۰۰۴ در کتاب معروف خود قدرت نرم؛ ابزار موفقیت در سیاست‌های جهانی این مفهوم را به طور کامل تشریح کرد. نای در این کتاب با ارائه تعریفی جدید و کامل‌تر از قدرت نرم، راه‌های بهره‌مندی از این ابزار مهم را برشمرده است.

به باور بسیاری از نظریه‌پردازان روابط بین‌الملل، دیپلماسی فرهنگی نمونهٔ بارز

---

۱. با دخل و تصرف از سلیمی، ۱۳۷۹: ۶۷ ـ ۷۳.

2. Soft Power
3. Joseph Nye

و اعلای اعمال قدرت نرم است و به کشورها این امکان و توان را می‌دهد که در طرف مقابل نفوذ کرده، آن را از طریق عناصری چون فرهنگ، ارزش‌ها و ایده‌ها ترغیب به همکاری کنند. از دیدگاه جوزف نای، که یکی از مطرح‌ترین صاحب‌نظران این حوزه است، این مفهوم رویکردی در تعارض کامل با قدرت سخت[1] قرار داد، که در آن تسخیر کردن از طریق نیروی نظامی و قوهٔ قهریه حرف اول را می‌زند. بنا به تعریف جوزف نای، قدرت نرم عبارت است از توانایی یک دولت در رسیدن به اهداف مطلوب از طریق ایجاد جذبه و کشش و نه با استفاده از قوهٔ قهریه و زور. او اعمال قدرت نرم را از روش‌هایی همچون بسط و گسترش روابط با متحدان و تعاملات فرهنگی میسر می‌داند. از دیدگاه وی، چنین سیاستی نهایتاً منجر به محبوبیت دولت‌ها نزد افکار عمومی کشور مقصد می‌شود و کسب حیثیت و اعتبار و وجههٔ بین‌المللی برای دولت‌ها را نیز در بر دارد. (حسن‌خانی، ۱۳۸۶:۲۲۷ - ۲۲۸) به عبارت دیگر، قدرت نرم حاصل تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار در افکار عمومی داخلی و خارجی، توان تأثیرگذاری غیر مستقیم توأم با رضایت بر دیگران، خواسته‌های دیگران را تابع اراده خویش ساختن و... است و معمولاً در مقابل قدرت نظامی (قدرت سخت) به‌کار می‌رود.

استفاده از مؤلفه‌های فرهنگی در دیپلماسی و سیاست خارجی از عواملی است که می‌تواند قدرت نرم ایجاد کند: «روابط فرهنگی زمینه‌ساز و حامی روابط رسمی میان دولت‌ها هستند. زبان فرهنگ، زبان ملایمی است که می‌تواند روابط رسمی را همراه با تفاهم همچنان زنده نگه دارد. روابط میان کشورها چنانچه به عرصه‌های فرهنگی کشیده شود، نه تنها در سطح رسمی باقی می‌ماند، بلکه پیوندهای گسترده‌تری را میان ملت‌ها ایجاد می‌کند.» (سلیمی : ۱۳۷۹، ۶۹)

به عقیده نای، عوامل ایجادکننده یا تقویت‌کننده این نوع قدرت بر حسب تعاریف ارائه شده عبارتند از: موقعیت ایدئولوژیک، ارتباطات دیپلماتیک مطبوع و گسترده، مناسبات و مبادلات فرهنگی، ترویج زبان و ادبیات، تبلیغ آرمان‌ها، ارزش‌ها و اهداف متعالی، ارائه تصویر مثبت و مطلوب از خود، ایجاد و ابراز صمیمیت، بهره‌گیری مناسب از اطلاعات و فرهنگ در راستای مقاصد دیپلماتیک،

---

1. Hard Power

طراحی و اتخاذ سیاست‌های استراتژیک مقبول، زدودن ذهنیت‌های تاریخی منفی، مبادلات دانشگاهی و آکادمیک و سرمایه‌گذاری در تربیت نخبگان سایر کشورها، فعالیت‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی، برخورداری از اطلاعات زیاد و کارآمد، کسب جایگاه و موقعیت علمی پیشرفته و فناوری‌های تکنولوژیکی، توانمندی اقتصادی بالا، مبادلات تجاری و اقتصادی گسترده در بخش‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، قدرت نظامی و تسلیحاتی (به عنوان هاله‌ای از توانمندی و اقتدار بالقوه برای رویارویی با بحران‌های محتمل)، قدرت شکل‌دهی و کنترل افکار عمومی، قدرت نفوذ در باورها و نگرش‌ها، ظرفیت پذیرش توریسم و جذب مهاجر خارجی، برخورداری از شبکه‌های خبری جهان‌گستر و قدرت تولید و توزیع محصولات رسانه‌ای متنوع به کشورها و به زبان‌های مختلف، نفوذ در رسانه‌های بین‌المللی، التزام به رعایت معاهدات و قراردادهای بین‌المللی، ایفای رسالت تاریخی متناسب با موقعیت جهانی و سطح انتظار در شرایط مختلف، برخورد مناسب و اتخاذ مواضع مقبول در برخورد با بحران‌های بین‌المللی، ارائه خدمات بشردوستانه، القای توهم بی‌طرفی در بحران‌های بین‌المللی، بهره‌گیری از سازمان‌ها و مؤسسات غیر دولتی، بین‌الدولی و بین‌المللی، نفوذ در سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی، بهره‌گیری مناسب از نیروها و شبکه گسترده بازار جهانی و تبلیغ خود از طریق صدور کالاها، رعایت استانداردهای حقوق بشر، توان رویارویی سریع و درخور در برخورد با توطئه‌ها و تهدیدات تضعیف‌کننده داخلی و خارجی، قدرت خنثی‌سازی تبلیغات مسموم، کاهش دشمنی‌ها و مخالفت‌های موجود و محتمل داخلی و خارجی، حمایت از جنبش‌های سبز، مشارکت در جنبش‌های صلح‌طلب و نیروهای حافظ صلح، تشکیل انجمن‌های دوستی با کشورهای مختلف، اعطای کمک‌های خارجی به کشورهای نیازمند، تأسیس مؤسسات غیر انتفاعی، میزبانی کنفرانس‌های بین‌المللی، برگزاری و مشارکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، توان استفاده از عملیات روانی مناسب در جنگ‌ها و بحران‌ها و... (جوزف نای، ۱۳۸۳)

قدرت نرم همواره از مؤلفه‌های کلیدی در رهبری بوده است. قدرت جذب ترغیب افراد به خواست آنچه شما می‌خواهید، دسته‌بندی امور و تنظیم دستور کار، مسیر خود را طی هزاران سال زندگی انسان باز کرده است. رهبران حرفه‌ای همواره واقفند این جذابیت از «اعتبار» و «مشروعیت» تغذیه می‌شود. (همان، سایت باشگاه اندیشه)

نای از توان برقراری ارتباطات گسترده و عمیق و همکاری متقابل و تأثیرگذاری بر خواسته‌های دیگران را از ویژگی‌های برتری آمریکا ارزیابی می‌کند: «بنابراین، به نظر نای، قدرت نرم زمانی اعمال می‌شود که یک کشور، سایر کشورها را وادارد چیزی را بخواهند که خود می‌خواهد. توانایی تأثیرگذاری بر آنچه دیگر کشورها می‌خواهند، با منابع نامحسوسی مثل فرهنگ، ایدئولوژی و نهادها ارتباط دارد. ایالات متحده بیش‌تر از سایر کشورها قدرت همکاری دارد، این قدرت سلطه آمریکایی در زمینه ارتباط با عموم است و به بخش عمده منابع اطلاعات جهان نظارت می‌کند که نای آن را به عنوان عامل عمده تشکیل‌دهنده‌های قدرت در دهه ۱۹۹۰ و بعد از آن مورد توجه قرار می‌دهد.» (شیلر، ۱۳۷۷: ۱۰۰)

نای قدرت نرم را توانایی دستیابی به آنچه در پی آن هستید از طریق ایجاد جذابیت و نه تهدید و اجبار تعریف می‌کند. به اعتقاد او، از سه طریق می‌توان به خواسته‌های خود دست یافت: تهدید، پرداخت هزینه و ایجاد جذابیت. راه سوم یعنی ایجاد جذابیت همان قدرت نرم است. (سایت روزنامه همشهری، ۱۳۸۷) او می‌گوید: «قدرت نرم، توجه ویژه به اشغال فضای ذهنی کشور دیگر، از طریق ایجاد جاذبه است و نیز زمانی یک کشور به قدرت نرم دست می‌یابد که بتواند اطلاعات و دانایی را به منظور پایان دادن به موضوعات مورد اختلاف به‌کار گیرد و اختلافات را به گونه‌ای ترسیم کند که از آن‌ها امتیاز بگیرد.» (سلطانی‌فر، ۱۳۸۵)

قدرت نرم، تبلیغات سیاسی نیست، بلکه مباحث عقلانی و ارزش‌های عموم را شامل می‌شود و هدف قدرت نرم افکار عمومی خارج و سپس داخل کشور است. (جوزف نای، سایت باشگاه اندیشه)

نای ناتوانی حکومت‌ها در کنترل کامل ابزار اعمال قدرت نرم را یکی از چالش‌های قدرت نرم می‌داند و می‌گوید: «جذابیت‌های هر کشور از سه چیز ناشی می‌شود: فرهنگ آن کشور که می‌تواند برای دیگران جذاب باشد، ارزش‌هایی که آن کشور ترویج می‌دهد و در نهایت سیاست‌هایی که حکومت دنبال می‌کند.» وی در خصوص رابطه‌ای بین قدرت نرم و دیپلماسی عمومی می‌گوید: «دیپلماسی عمومی به معنای تلاش برای ارتباط با عموم مردم و نه تنها حکومت‌هاست، که چه از طریق پخش برنامه‌های رادیو تلویزیونی، چه از طریق مبادلات فرهنگی و یا طرق دیگر بتواند در بین دیگر ملل جهان جذابیت ایجاد کند، این دیپلماسی می‌تواند در

شکل‌گیری قدرت نرم در درون کشور مبدأ بسیار مؤثر باشد.» او معتقد است: «هر گاه استفاده از سلاح و شلیک گلوله آسان شود به همان اندازه مجال برای تمرین دیپلماسی و بهره‌مندی از قدرت نرم کاهش خواهد یافت.» (سایت روزنامه همشهری، ۱۳۸۷)

به اعتقاد نای، افراد نخبه، NGOها، نخبگان، تحصیل‌کرده‌ها در خارج از کشور، درک صحیح موضوع موجود به هر شکل آن، تهدید و یا فرصت، که بر اساس این شناخت به تبیین راهبرد می‌توان مبادرت ورزید و...، از عناصر مؤثر قدرت نرم و ایجاد آن هستند.

امروزه بهره‌گیری از گسترش فضای رسانه‌ها در عرصه دیپلماسی موجب شکل‌گیری سایبردیپلماسی شده است. در سایبردیپلماسی، دیپلماسی آشکار با افکار عمومی در سطح جهان در فضای رسانه‌ها جریان می‌یابد؛ به این معنی که گستره افکار عمومی در ارتباط با دستگاه دیپلماسی، گستره‌ای جهانی پیدا می‌کند و مخاطبان جهانی را شامل می‌شود. در این نوع دیپلماسی، افکار عمومی مردم یک کشور یا کشورهای دیگر مورد هدف و مخاطب سیاستگذاری دستگاه سیاست خارجی و دیپلماسی هستند.

امروزه دیپلماسی، هنر و مهارت پیشبرد و ارتقای منافع ملی از طریق مبادلات پایدار اطلاعات و ایجاد ارتباطات پایدار بین ملت‌ها و افراد است. در این فضا، تعامل و اطلاعات به عنوان دو عامل اصلی دیپلماسی، با بهره‌گیری از رسانه‌ها ممکن است ارتقای جدی پیدا کنند. سایبردیپلماسی به کشورها اجازه می‌دهد که با استناد به عناصر کلیدی و نفوذ دولت‌های خود به طور مستقیم با مخاطبان خارجی، به انضمام مردم معمولی و رهبران افکار عمومی، در ارتباط باشند. پیش از رشد تکنولوژی‌های ارتباطات دور که امروزه امکان سایبردیپلماسی را فراهم آورده‌اند، هانس مورگنتا، در رؤیای خود، ظرفیت این دیپلماسی دقیق و زیرکانه را به عنوان «وسیله و کمکی نه برای فتح یک سرزمین یا کنترل زندگی اقتصادی که برای فتح و کنترل افکار شهروندان» تصور می‌کند. طبق نظر استراتژیست‌های عالی‌رتبه دیپلماسی جمعی بریتانیا، این رویکرد ممکن است به نتایج متنوع و نامحدودی منتهی شود. (خرازی آذر، ۱۳۸۴)

مزایا و ویژگی‌های این نوع دیپلماسی به شرح زیر است:

بستری برای جلب اعتماد جهانی، حرکت بر روی موج افکار عمومی جهانی، ارتباط با افکار عمومی در گسترهٔ جهانی و استناد به آن، تلقی رسانه‌ها به عنوان نهادهای خصوصی دیپلماتیک، فضای تقویت نفوذ فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در افکار عمومی جهانی در راستای تأمین امنیت و تأمین منافع ملی، تقویت زیرساخت‌های جهانی ارتباطات و اطلاعات، دموکراتیزاسیون دیپلماسی، تسهیل فرایند و روند گفتگوهای دیپلماتیک و مهم‌تر از همه قدرت نرم برای دستیابی به اهداف سخت.

جوزف نای کتاب قدرت نرم خود را با این عبارت آغاز می‌کند: بیش از چهار قرن پیش نیکولو ماکیاولی به شاهزادگان ایتالیا پیشنهاد کرد که «ترسانیدن مهم‌تر از مورد قبول واقع شدن است»، اما در دنیای امروز بهتر است هر دو صفت را دارا باشیم. پیروزی بر قلب‌ها و اذهان همواره مهم بوده است. اما این اهمیت در عصر اطلاعات چندین برابر شده است. اطلاعات، قدرت است و تکنولوژی‌های نوین اطلاعات گستره انتشار وسیع‌تری نسبت به گذشته پدید آورده‌اند. هنوز رهبران سیاسی جهان زمان کمی را به تفکر در مورد تغییر و تحول ماهیت قدرت اختصاص می‌دهند. به‌ویژه این مسئله که چگونه ابعاد نرم می‌توانند در استراتژی‌های اِعمال قدرت ادغام شوند. (خرازی آذر، ۱۳۸۴) این نکته دقیقاً اشاره به قدرت نرم برای دستیابی به اهداف سخت را دارد.

فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، ارائهٔ مدلی برای دیپلماسی عمومی[1]

دکتر آشنا در این نوشتار از رویکرد ارتباطی به حوزهٔ سیاست خارجی و دیپلماسی نگریسته و بر روی عامل مدیریت روابط کشورها به یکدیگر تأکید کرده است و چهار مسئلهٔ بنیادین یعنی: نقش و تأثیر هویت ملی بر سیاست خارجی، ابزارهای فرهنگی و ارتباطی سیاست خارجی، چگونگی استفاده از این ابزارها برای ایجاد تماس فرهنگی میان کشورهای قدرتمند مرکز و کشورهای پیرامونی و آثار احتمالی این تماس فرهنگی در کشور مقصد را که برای درک چگونگی تعامل میان فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی ضروری است، مورد بررسی قرار داده است.

---

۱. ر.ک به: آشنا، ۱۳۸۳، ۲۲۷ ـ ۲۶۰.

وی سیاست خارجی را تحلیل اقدامات یک دولت در قبال محیط خارجی و شرایط معمولاً داخلی مؤثر در تعیین اقدامات مزبور، سیاست بین‌الملل را مطالعه آن اقدامات به منزلهٔ جنبه‌ای از الگوی اقدامات یک دولت و واکنش‌های دیگران، و روابط بین‌الملل را مطالعه همه شکل‌های دولتی و غیر دولتی (در واقع تحلیل سیاست خارجی و سیاست بین‌الملل) و واکنش متقابل اعضای جوامع مختلف تعریف کرده است.

وی با رویکردی ارتباطی در تعریف دیپلماسی می‌نویسد: «دیپلماسی، مدیریت روابط کشورها با یکدیگر و میان کشورها با دیگر بازیگران بین‌المللی است؛ این بازیگران شامل گروه‌ها، سازمان‌ها و افرادی هستند که در کنار دولت‌ها، دیپلماسی را به عنوان نظامی اطلاعاتی برای بیان و دفاع از منافع و اعلان تهدیدها و اولتیماتوم‌ها به‌کار می‌برند. در واقع دیپلماسی مجرای تماسی است برای اعلام مواضع، جمع‌آوری اطلاعات و راضی یا قانع کردن یک کشور برای حمایت از مواضع کشوری دیگر. سیاستمداران کسانی هستند که به نمایندگی از تمامیت یک جامعه تصمیم می‌گیرند و این عمل را با ادعای حفظ ثبات یا ایجاد تغییر در محیط (داخلی یا خارجی) و یا ساختارهای خاص روابط بین‌المللی انجام می‌دهند. طبیعی است که تصمیم‌گیری در حوزه سیاست خارجی دربرگیرندهٔ مقاصد و ارزش‌هاست و سیاست‌های خارجی مختلف می‌تواند ریشه در مقاصد و ارزش‌های متفاوتی داشته باشد. این تفاوت‌ها در کلی‌ترین شکل خود به مفاهیم مرتبط با فرهنگ و ملت ارجاع می‌شود.

وی در ادامه در ذیل مطلبی تحت عنوان سیاست خارجی به عنوان بازتاب فرهنگ ملی، به بررسی دیدگاه‌ها و نظرات انسان‌شناسان، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان برای شناخت ریشه و تبیین رویکردهای مختلف نسبت به اصطلاح فرهنگ پرداخته و نتیجه‌گیری می‌کند که فرهنگ در جامعه شکل می‌گیرد و به تبع آن قابل انتقال، اشاعه و تغییر است. انسان‌ها در موقعیت‌های مختلف اجتماعی، واکنش‌های متفاوتی نسبت به پیرامون خود نشان می‌دهند و این واکنش‌های متفاوت در طول زمان استمرار می‌یابد و موجب پیدایش فرهنگ‌های متمایز می‌شود. به این ترتیب، می‌توان تفاوت فرهنگ‌ها را به رسمیت شناخت و از رهگذر اصطلاح «فرهنگ ملی»، میان مفاهیم فرهنگ و ملت ـ که محصول ناسیونالیسم

است ـ نسبت برقرار کرد. بنابراین، فرهنگ ملی شامل کلیه افکار، عقاید، رسوم و احساساتی است که افراد یک ملت از یکدیگر آموخته‌اند. ملت در معنای نوین خود، عمری کوتاه دارد و با مفهوم دولت ـ ملت پیوند خورده است. افراد یک ملت با دو عامل اساسی «تبعیت از حکومت واحد و وحدت سرزمینی» و عوامل وحدت‌بخش دیگر از جمله اقتصاد و فرهنگ مشترک، مشخص می‌شوند. از نظر فرهنگی هر ملتی ویژگی‌های خود را دارد و بدیهی است مردم یک کشور به مناسبت اشتراکات فرهنگی، احساس همبستگی بیش‌تری با یکدیگر دارند تا با افراد ملت‌های دیگر.

وی در خصوص فرهنگ‌گرایی در روابط بین‌المللی می‌نویسد که اگرچه نظام بین‌المللی فراتر از نظام ملی ـ که مبتنی بر هویت مشترک در قلمرو مرزهای سرزمینی مشخص است ـ تلقی می‌شود، ولی دارای هنجارها، قوانین، قواعد نانوشته، روال‌های حقوقی و در واقع فرهنگ‌های دیپلماتیک و تجاری است که در عمل مورد قبول تمام کسانی است که در محیط نظام بین‌المللی فعالیت می‌کنند. مطالعه تحلیل‌هایی که در بارهٔ ماهیت روابط و ارتباطات بین‌المللی، حقوق بشر و تأثیر آن بر شکل‌گیری سیاست خارجی ارائه شده است نیز نشان می‌دهد که فرهنگ ـ با مفاهیم مختلف آن ـ در این تحلیل‌ها حضوری دائمی دارد.

در همه جای جهان، مردم در ساختارهای سیاسی مبتنی بر دولت زندگی می‌کنند. در هر کجا ملتی هست، دولتی هم به آن منتسب شده است و در عمل، ملت مساوی دولت و دولت برابرِ ملت فرض می‌شود. اصطلاح «هویت ملی» هنگامی پدید آمد که «ملت» در دوران مدرن و به معنای مدرن شکل گرفت. این مفهوم شامل ابعادی نظیر زبان، تاریخ، مذهب، آداب و رسوم، نژاد، سرزمین، ادبیات و نظام حکومتی و اقتصادی است. «هویت سیاسی» یک ملت در قالب یک دولت شکل می‌گیرد و این معنای هویت است که عمدتاً در روابط بین‌الملل مورد بحث واقع می‌شود.

مطالعات مربوط به تأثیر فرهنگ بر سیاست خارجی در کشورهای مختلف دنبال شده است. به نظر می‌رسد عقلانیت، ارزش‌ها و هنجارها به عنوان یک کل فرهنگی مبنای شکل‌گیری بنیادهای سیاست خارجی کلیه کشورهاست. در هر کشور، پرسشِ هویت، در چارچوب فرهنگ، تاریخ و تمدن پاسخ داده می‌شود. اگر

بخواهیم مضمون اصلی سیاست خارجی یک کشور را درک کنیم، می‌توانیم اضافه بر فرمول‌بندی‌های مبتنی بر مفهوم منافع ملی، از طریق شناخت هویت ملی و با رجوع به ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی آن کشور، شناخت خود را کامل کنیم. اگر سؤال شود که چرا کشورهایی با منافع مشابه و مستمر در صحنه بین‌المللی، رفتارهایی متفاوت از خود بروز می‌دهند؟ پاسخ می‌تواند این باشد که شکل‌گیری سیاست خارجی، گاه متأثر از نقش توأمان هویت و منافع ملی و گاه برآیندی از تعارض این دو مؤلفه اساسی است.

فرهنگ و ارتباطات در خدمت سیاست خارجی

حضور فرهنگ در سیاست خارجی دولت‌ها، تنها از طریق تأثیرگذاری غیر مستقیم بر تعیین هویت ملی و فهم جایگاه خود نسبت به دیگران در جهان رخ نمی‌دهد، بلکه تأثیرگذاری مستقیم فرهنگ و هویت ملی در سیاست‌های فرهنگی بین‌المللی یک کشور کاملاً مشهود است. رویکردهای فرهنگی سیاست خارجی ـ دیپلماسی فرهنگی ـ در میان بقیه ابزارهای سیاست خارجی بیش‌ترین تأثیرپذیری را از مؤلفه هویتی دارد. در میان اصطلاحات مختلف، اصطلاح دیپلماسی عمومی (دیپلماسی مردم‌محور) در مفهوم آمریکایی خود به گونه‌ای فراگیر شامل هر دو گونه دیپلماسی فرهنگی و ارتباطی بوده و به کاربرد ابزارهای بین فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی در سیاست خارجی معطوف می‌شود.

دیپلماسی عمومی شامل برنامه‌های مرتبط با انتشار کتاب و تشکیل کتابخانه‌ها، پخش رادیو و تلویزیونی بین‌المللی، برنامه‌های مبادلات آموزشی و فرهنگی، آموزش زبان، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های هنری و اعزام هنرمندان نمایشی و اجرایی به خارج از کشور است که با هدف اطلاع‌رسانی یا تأثیرگذاری بر افکار عمومی در کشورهای دیگر انجام می‌شود.

به عبارت دیگر، دیپلماسی عمومی، تأثیرگذاری بر نگرش‌های عمومی، برای شکل‌دهی و اجرای سیاست‌های خارجی و شامل ابعادی از روابط بین‌المللی است که فراتر از دیپلماسی سنتی است. ایجاد افکار عمومی به وسیله دولت‌ها در کشورهای دیگر، تعامل گروه‌های خصوصی و منفعتی یک کشور با نظایرشان در کشور دیگر، گزارش مسائل خارجی و تأثیر آن بر سیاست، ارتباط میان ارتباط‌گران

حرفه‌ای مانند دیپلمات‌ها و خبرنگاران خارجی و فرایند ارتباطات بین فرهنگی از جمله این ابعاد است. بر مبنای این دیدگاه در دیپلماسی عمومی محوریت با جریان فراملی اطلاعات و عقاید است.

فرهنگ و ارتباطات در عرصه سیاست خارجی، دو مفهوم مستقل ولی به شدت مرتبط با هم هستند. در متون مربوط به سیاست بین‌المللی معمولاً وقتی سخن از اِعمال سیاست خارجی به میان می‌آید، در کنار ابزارهای نظامی، اقتصادی و دیپلماتیک، فصلی نیز به ابزارهای فرهنگی و ارتباطاتی اختصاص داده می‌شود. یکی از صریح‌ترین اسناد در مورد شکل‌گیری اقدامات فرهنگی و ارتباطی در خدمت سیاست خارجی مربوط به کمیته مرکزی اطلاعات بریتانیا در اوایل دهه ۱۹۵۰ است. در این سند چنین آمده است:

اصطلاحات جنگ روانی، نبرد افکار، عملیات روانی، نبرد اطلاعاتی، اطلاعات بین‌المللی، اطلاعات استراتژیک، دیپلماسی رسانه‌ای و روابط عمومی بین‌المللی در زمره مفاهیم مرتبط با رویکرد ارتباطات بین‌المللی شناخته می‌شوند و اصطلاحات روابط فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی، ارتباطات فرهنگی بین‌المللی، برنامه‌های فرهنگی بین‌المللی، همکاری‌های فرهنگی بین‌المللی، تبادل شهروندان، تبادلات فرهنگی، علمی و آموزشی در زمره مفاهیم مرتبط با رویکرد ارتباطات بین فرهنگی تلقی می‌شوند. اگرچه هر دو رویکرد در خدمت پشتیبانی اهداف سیاست خارجی قرار دارند، ولی هر یک دارای کارویژه‌های خاص خود هستند و در شرایط مختلف به عنوان مکمل یا جایگزین یکدیگر به‌کارگرفته می‌شوند. به این ترتیب دو گونه دیپلماسی قابل بازشناسی است؛ اول، دیپلماسی فرهنگی که مبتنی بر رویکرد ارتباطات بین فرهنگی است و دوم، دیپلماسی ارتباطی که مبتنی بر رویکرد ارتباطات بین‌المللی است.

مهم‌ترین تفاوت ارتباطات بین فرهنگی با ارتباطات بین‌المللی آن است که اولی اغلب مبتنی بر ارتباط بی‌واسطه، حضوری و رو در روی یک فرد یا گروه با فرهنگ دیگر و دارای فرآیندی کند و آثاری پایدار است و در دیگر سو، ارتباطات بین‌المللی نه تنها بر این شیوه تکیه می‌کند، بلکه علاوه بر آن، مبتنی بر ارائه تصویری از یک فرهنگ از طریق وسایل ارتباط جمعی برای مخاطبان فراگیر از فرهنگ‌های دیگر است و دارای بردی وسیع، فرایندی سریع و آثاری گذراست.

در خصوص روابط فرهنگی باید گفت که این روابط در سه پدیدهٔ تاریخی جنگ، مذهب و استعمار ریشه دارد. از جنگ‌های باستانی ایران و یونان و ایران و روم تا جنگ‌های صلیبی و حتی جنگ افغانستان همواره در کشاکش نبرد شمشیرها و ناوشکن‌ها، ارتباطات میان تمدنی رخ نموده است و در این میان، تلاش میسیونرهای مسیحی به‌خصوص در آفریقا و آسیا و سفرنامه‌های تاجران و بازرگانان غربی تجربیات ارزشمندی در شناخت ملت‌های دیگر و نحوه برقراری ارتباط با آنان فراهم کرد.

روابط فرهنگی تشویق روابط مشترک میان نهادهای فرهنگی و آموزشی و افراد است که موجب پیوند فکری، هنری و اجتماعی میان ملت‌ها می‌شود. در تفکیک میان دو اصطلاح روابط فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی باید گفت که دیپلماسی فرهنگی، صرفاً وارد کردن فرهنگ در توافقنامه‌های بین‌المللی و استفاده از فرهنگ برای پشتیبانی مستقیم از دیپلماسی سیاسی و اقتصادی یک کشور است و در دیپلماسی فرهنگی فرایند سیاستگذاری و اجرا عمدتاً به دست ارگان‌ها و مؤسسات حکومتی دنبال می‌شود، حال آنکه روابط فرهنگی، همزمان به وسیله دولت، اشخاص و مؤسسات خصوصی پیگیری می‌شود. به این ترتیب، دیپلماسی فرهنگی تنها بخشی از روابط فرهنگی است.

نفوذ و اثرگذاری دو هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی است. دیپلماسی فرهنگی ــ مبتنی بر تجربه فرانسوی‌ها در قرن نوزدهم ــ در ابتدا به معنای سرمایه‌گذاری برای تأسیس مدارس و مؤسسات فرهنگی در کشورهای مورد نظر بر مبنای اهداف استراتژیک بود.

ارتباطات بین‌المللی از لحاظ نظری وامدار تلاش‌های پژوهشی مراکزی نظیر دانشگاه ام‌آی‌تی، و از لحاظ حرفه‌ای مدیون جنگ دوم جهانی و جنگ سرد است. پخش بین‌المللی رادیویی به وسیله قدرت‌های درگیر در جنگ، اولین نمونه‌های استفاده از فناوری‌های ارتباطات دوربرد در جهت اهداف راهبردی است. به عنوان مثال، شوروی پخش برنامه به زبان انگلیسی و آلمانی را در نیمه دهه بیست میلادی آغاز کرد و در دهه سی برنامه‌های خود را به پنجاه زبان و گویش توسعه داد. انگلستان در سال ۱۹۳۲ بی‌بی‌سی را تأسیس کرد. این کمپانی، اولین رادیوی موج کوتاه بود که به‌طور منظم ده ساعت در روز برنامه پخش می‌کرد. کشورهای دیگر هم بنا به

توانایی‌های خود این راه را دنبال کرده‌اند. استفاده از وسایل ارتباطی مکتوب مانند کتاب و نشریات از مؤثرترین و ماندگارترین روش‌های دیپلماسی مبتنی بر رسانه‌هاست و در میان کشورهای مختلف، آمریکا از این نظر پیشتاز است. این کشور ده‌ها نشریه را در کشورهای دیگر و به زبان‌های مختلف منتشر می‌کند.

تماس فرهنگی

تلاش‌هایی است که تحت هر یک از عناوین دیپلماسی عمومی، فرهنگی یا ارتباطی انجام می‌شود و در نهایت منجر به تماس فرهنگی میان دو فرهنگ مبدأ و مقصد می‌شود. در بحث پیرامون تماس فرهنگی، فرهنگ به معنای تمامی برنامه‌ها و اقداماتی فرض شده است که انسان‌ها در چارچوب‌های اجتماعی به منظور شکل بخشیدن به زندگی خود و سازگار شدن با محیط می‌پرورانند. در این دیدگاه، فرهنگ به عنوان رابط میان جامعه و محیط پیرامونی مورد بحث قرار می‌گیرد. این محیط پیرامونی چیست و چه تغییراتی را برتافته است؟ «تماس فرهنگی» مهم‌ترین عامل تغییر محیط پیرامونی یک فرهنگ است. بیان رابطه میان نتایج این تماس‌های فرهنگی با متغیرهای درون نظام اجتماعی به‌خصوص دین، دولت و رسانه‌ها موضوع محوری در بررسی جامعه‌شناسی تحولات فرهنگی یک کشور است.

در واقع، تحولات فرهنگی درون‌زا و برون‌زا باید در یک منظومه واحد، ولی چندجانبه، مورد بررسی قرار گیرد. این شیوه علیت دوقطبی در بررسی تحولات فرهنگی، ریشه در دیدگاه‌های نظری روژه باستید، جامعه‌شناس نامدار فرانسوی، دارد. او با طرح تعامل دیالکتیک، علیت بیرونی و علیت درونی، همه فراگردهای فرهنگ‌پذیری را ناشی از این تعامل می‌داند. به نظر باستید، علیت درونی یک فرهنگ، یعنی شیوه کارکرد ویژه و منطق خاص آن فرهنگ، ممکن است دگرگونی فرهنگی برون‌زا را تقویت کند یا نقش بازدارنده ایفا کند. متقابلاً علیت برون‌زا که در ارتباط با دگرگونی‌های برون‌زا قرار دارد، فقط بر اساس علیت درونی عمل می‌کند. به عبارت دیگر، علیت دوقطبی پدیدهٔ واکنش‌های زنجیره‌ای در تحولات فرهنگی را به شرح زیر توضیح می‌دهد: علیت بیرونی، دگرگونی را در مقطعی خاص از زمان در یک فرهنگ برمی‌انگیزاند؛ فرهنگ، مقصد این دگرگونی را بر اساس منطق خاص خود «جذب» می‌کند و مجموعه‌ای از سازگاری‌های پی‌درپی را به همراه می‌آورد.

یعنی علیت بیرونی انگیزاننده علیت درونی است و در شرایط عادی، بدون وجود زمینه در فرهنگ پذیرنده، امکان تغییر فرهنگی بر اثر تماس فرهنگی وجود ندارد و در مقابل دیالکتیک پویای درونی و بیرونی منجر به یک ساخت‌بندی جدید فرهنگی می‌شود. کیفیت این ساخت‌بندی جدید بسته به چگونگی تماس تفاوت می‌کند و نتایجی کاملاً مختلف از زوال فرهنگی تا شکوفایی فرهنگی را به دنبال دارد. فرهنگِ خالص و بدون تماس و تغییر وجود ندارد و در این فراگرد، هر فرهنگی که در موقعیت تماس فرهنگی قرار می‌گیرد، دستخوش مراحل ساخت‌زدایی و ساخت‌یابی مجدد می‌شود. از این‌جاست که برداشت پویا از فرهنگ به جای برداشت ایستا می‌نشیند و ساخت‌گرایی لوی اشتراوس، جای خود را به ساخت‌یابی باستید می‌دهد. اگر ساخت‌زداییِ ناشی از تماس با ساخت‌یابیِ جدیدی که ناشی از قوت درونی فرهنگ مقصد است، همراه شود، شکوفایی فرهنگی پیش می‌آید و اگر ساخت‌زدایی بدون ساخت‌یابی صورت گیرد، انحطاط فرهنگی محتمل خواهد بود.

نتیجه‌گیری

طراحی مدل دیپلماسی عمومی

دکتر آشنا، از مطالعهٔ دیپلماسی عمومی یک کشور در کشور دیگر، مدلی فرضی ارائه کرده است. این مدل نشان‌دهنده گونه‌ای خاص از روابط فرهنگیِ دوستانه ولی بیش‌تر یکسویه، میان کشوری قوی با مازاد فرهنگی بالا و کشوری ضعیف با مازاد فرهنگی پایین است.

مدل دیپلماسی عمومی و تماس فرهنگی

در این مدل که آزاد و باز بودن محیط بیرونی آن، نشان‌دهندهٔ تأثیرپذیری و تبادل میان فرایند سیاست خارجی کشورها و فضای بین‌المللی است، رابطه میان منافع ملی و هویت فرهنگی لحاظ شده و رابطه‌ای بیش‌تر یکسویه میان هویت و منافع ملی در نظر گرفته شده است، چراکه ثبات هویت ملی بسیار بیش از منافع ملی است و در بسیاری از موارد، نخبگان یک ملت در جریان فهم و صورت‌بندی منافع ملی ــ آگاهانه یا ناآگاهانه ــ در محیط هویتی خود غوطه‌ور هستند.

خطوط نقطه‌چین میان هویت فرهنگی با دیپلماسی عمومی و منافع ملی با

دیپلماسی سنتی، نشان‌دهندهٔ تأثیرات غیرمستقیم هر یک بر دیگری است. میان دیپلماسی سنتی و دیپلماسی عمومی رابطه‌ای تعاملی وجود دارد. در کشور آمریکا، نهادهایی برای هماهنگی میان این دو مؤلفهٔ سیاست خارجی تعبیه شده است؛ اما این تعامل در مقام عمل بیش‌تر به سود دیپلماسی سنتی است؛ تجربه ادغام آژانس اطلاعات ایالات متحده در وزارت خارجه، پس از پنجاه سال تلاش برای استقلال، نشان از غلبه نهایی رویکرد منفعت‌محور و استفاده ابزاری دیپلماسی سنتی از دیپلماسی عمومی دارد.

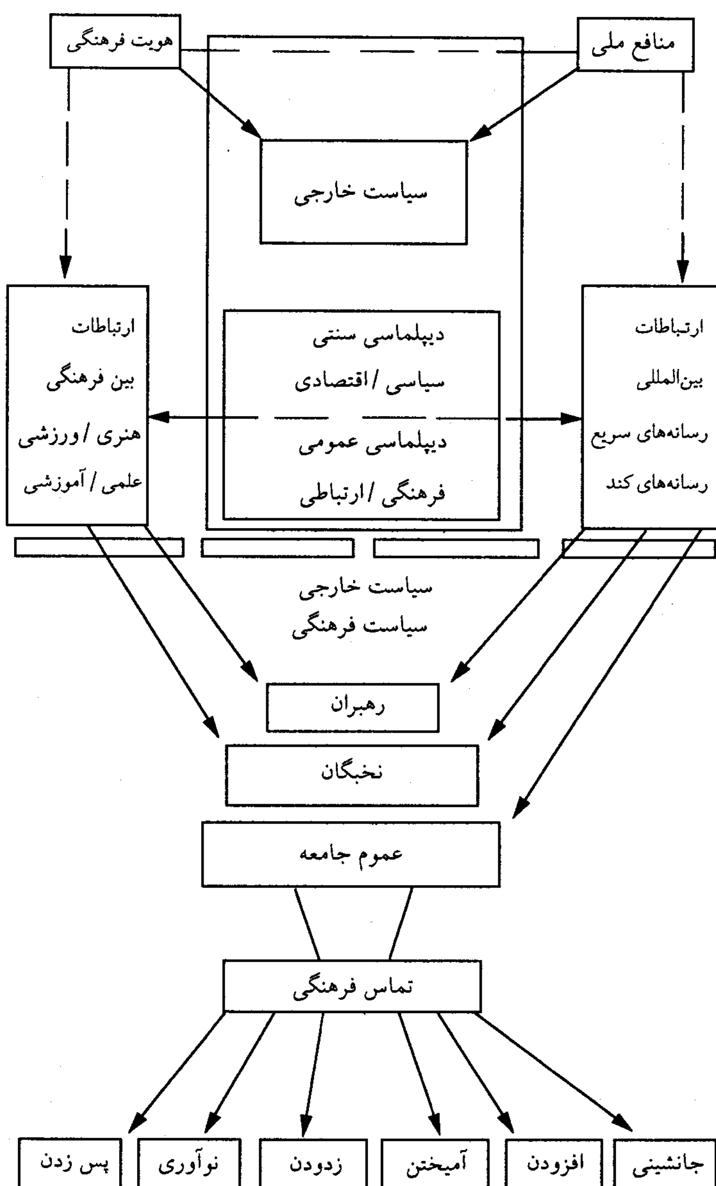
در این مدل، به جای تقسیم دیپلماسی عمومی به دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی رسانه‌ای، دو وجه از دیپلماسی عمومی یعنی ارتباطات بین‌المللی و ارتباطات بین فرهنگی مورد توجه قرار گرفت. علت این است که از منظر ارتباطات می‌توانیم دیپلماسی عمومی را «ارتباط میان ملت‌ها از طریق ـ یا با واسطه ـ دولت‌ها» تعریف کنیم و با پذیرش چنین تعریفی، ما با دو وجه همپوشان از ارتباطات ـ و نه صرفاً دو تکنیک دیپلماتیک ـ روبرو خواهیم بود. رویکرد ارتباطات بین‌المللی، همان‌گونه که در مقاله آمد، بیش‌تر بر ارتباطات رسانه‌ای و باواسطه تکیه می‌کند؛ اگرچه در یک دیدگاه وسیع‌تر گفته می‌شود که ارتباطات بین‌المللی شامل ـ و نه محدود به ـ ارتباطات بین فرهنگی نیز هست ولی مقید کردن ارتباطات بین‌المللی به رسانه‌محور بودن، از نظر مفهومی و ایجاد تمایز بسیار مفید است. این رسانه‌ها یا کانال‌ها خود از نظر سرعت انتقال و ماندگاری پیام به دو نوع کند و سریع تقسیم می‌شوند: رسانه‌های چاپی اعم از کتاب و مجله، کند تلقی می‌شوند و ارتباطات رایانه‌ای و رادیو و تلویزیونی، از رسانه‌های سریع به شمار می‌آیند. خط نقطه‌چین عمودی و قرارگرفتن رویکرد ارتباطات بین‌المللی در سمت راست مدل، ذیل منافع ملی، نشان‌دهندهٔ تأثیرگذاری حوزه منافع ملی بر رویکرد ارتباطات بین‌المللی است. علت این امر، تعامل سنگین رسانه‌ها با حاکمیت ملی در مسائل جاری و سرعت تصمیم‌گیری در ارتباطات بین‌المللی است. رویکرد ارتباطات بین فرهنگی بیش‌تر با تماس چهره به چهره و به‌خصوص حضور یک فرد متعلق به یک فرهنگ در یک محیط فرهنگی دیگر مرتبط است؛ نقطه‌چین پررنگ در میانه عرضی مدل نمودار، جداسازی محیط فرهنگی کشورهای مبدأ و کشور هدف است؛ سیاست خارجی و سیاست فرهنگی کشور هدف، مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار

بر حجم، شدت و جهت تماس دو فرهنگ است. اگر سیاست خارجی، موافق توسعه روابط با کشور مبدأ و سیاست فرهنگی، موافق گشادگی نسبت به فرهنگ‌های دیگر باشد، دیپلماسی عمومی، موجب تماس فرهنگ و جامعه کشور مبدأ با فرهنگ و جامعه مقصد می‌شود و در غیر این صورت تماس فرهنگی با موانع و مشکلاتی مواجه می‌شود. به شرط اقتدار و تدبیر حاکمیت در مورد مرزهای فرهنگی خود، این امکان وجود دارد که جریان واردات فرهنگی و ارتباطی، به نحو گزینشی و با رویکرد بهگزینی مدیریت شود؛ عبور پیکان‌های خط‌چین شده در میان کادر سیاست خارجی و سیاست فرهنگی، نماد امکان چنین گزینشی است. از طرف دیگر، ملاحظات مربوط به سیاست خارجی، سیاست فرهنگی و فرهنگ عمومی در کشور هدف باعث می‌شود طراحان و مجریان دیپلماسی عمومی در کشور مبدأ، دست به ویراستاری بین فرهنگی بزنند و خود نیز از میان انبوه اقلام و پیام‌های فرهنگی متناسب‌ترین‌ها با فرهنگ و جامعه کشور مقصد را گزینش کنند. عبور این پیام‌ها از دو فیلتر ویراستاری بین فرهنگی از طرف کشور مبدأ و سیاست خارجی و فرهنگی در کشور مقصد و دریافت این پیام‌های گزینش شده، توسط گروه‌های هدف، موجب «تماس فرهنگی» می‌شود که مهم‌ترین عامل تغییر محیط پیرامونی یک فرهنگ است.

روابط فرهنگی بین‌المللی

نقش روابط فرهنگی در شکل دادن به هویت ملت‌ها در سطح جهان و نتایج آن در منافع ملی هر کشور، همچنین اهداف، روش‌ها و ابزار روابط فرهنگی نیازمند مطالعه و بررسی نظام‌مند است. اولویت این بخش از روابط خارجی برای هر کشوری به لحاظ فرهنگ، تاریخ و میراث تاریخی و فرهنگی متفاوت است. «اگر فرهنگ به عنوان مجموعه‌ای از نظام‌های ارزشی یا تصوراتی در نظر گرفته شود که تعیین‌کنندهٔ رفتار اعضای یک گروه است و به آن‌ها امکان می‌دهد که هویت خویش را بر پایه آن شکل دهند، آن‌گاه می‌توان روابط بین‌المللی فرهنگی را رابطه‌ها و مبادلاتی بین نظام‌های ارزشی و تصوراتی تلقی کرد که در هویت بخشیدن به گروه‌های ملی، زیر ملی و فوق ملی به‌کار می‌آید.» (مارسل مرل، ۳۷:۱۳۷۴) به عبارت دیگر، روابط فرهنگی پیوندهایی است که میان انسان‌ها در حوزه‌های ملی و

نمودار ۱-۳: مدل دیپلماسی عمومی و تماس فرهنگی (دکتر حسام‌الدین آشنا)



فرهنگی به وجود می‌آید و تحت تأثیر و شرایط اجتماعی و دیپلماسی فرهنگی در درون آن‌ها اِعمال می‌شود و این جریان بر اثر پیشرفت تکنولوژی و انقلاب ارتباطات و گسترش وسایل ارتباط جمعی دچار تحولات شگرفی شده است.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های روابط فرهنگی بین کشورها، اشتراکات تاریخی، تمدنی، فرهنگی، مذهبی و زبانی است که با بهره‌گیری از این فرصت‌ها می‌توان در گسترش مبادلات فرهنگی بهره جست.

در خصوص اهمیت فوق‌العادهٔ روابط فرهنگی بین‌المللی، می‌توان گفت که در طول تاریخ ریشهٔ بسیاری از اختلاف‌ها و جنگ‌ها ناشی از سوءتفاهم‌ها و فقدان شناخت ملت‌ها نسبت به یکدیگر بوده است. «پس از جنگ جهانی دوم، اغلب رهبران جهان متوجه این نکته شدند که علت اصلی ایجاد دشمنی‌ها و کینه‌هایی که جنگ‌های خانمان‌سوز را موجب می‌شوند، سستی روابط معنوی مردم کشورهای مختلف و عدم آگاهی آنان نسبت به احوال یکدیگر است.» (بیات، ۱۱:۱۳۸۰) از سوی دیگر، به‌کارگیری نقش فرهنگ و روابط فرهنگی موجب کاهش تشنج در روابط بین کشورها بوده است. «لزوم تلاش برای کاستن از امکان درگیری نظامی میان قدرت‌های کوچک در دهۀ ۱۹۷۰ افزایش یافت، همان‌طور که این ضرورت در دهۀ ۱۹۶۰ میان قدرت‌های بزرگ به‌وجود آمد. در این میان، روابط فرهنگی در کاهش ریشه‌ای سوءتفاهم‌ها، جهل و ترس که حاصل بذر اختلاف است، نقش مهمی ایفا خواهد کرد و همان‌طور که در اروپا و آمریکا موجب شد تا روابط سیاسی نوینی پایه‌گذاری شود، ممکن است به ایجاد جایگاه مشابهی در سایر نقاط عالم بینجامد.» (شعاعی، ۷۲:۱۳۷۴)

جی. ام. میچل، روابط فرهنگی را به عنوان ابزاری برای صلح معرفی کرده و معتقد است که فرهنگ صلح با گسترش فعالیت‌های فرهنگی به دست می‌آید. به‌علاوه، وی روابط فرهنگی را وسیله‌ای برای ادراک و مفاهمه بین‌المللی می‌داند و اضافه می‌کند: «روابطی از این دست، این امکان را به وجود می‌آورند تا ملت‌های مختلف یکدیگر را بیش‌تر درک کنند.» (حقیقی، ۴۷:۱۳۸۶)

انتقال تجارب بشری در میان نخبگان جوامع نیز امروزه یک ضرورت غیر قابل اجتناب است و اگر نیاز به همفکری و هم‌اندیشی برای حل مسائل مشترک در این حوزه را بدان بیفزاییم، لزوم این تبادل‌نظر آشکارتر می‌شود. «آشنایی با اندیشه‌ها،

شیوه‌های زندگی، مواریث فرهنگی و تجربه‌ها و چالش‌هایی که انسان‌های دیگر در نقاط دیگر جهان از سر می‌گذرانند، بی‌تردید بر وسعت دید و میدان بصیرت ما در فهم مسائل و حل مشکلات می‌افزاید و ما را از محدودگری و ساده‌اندیشی باز می‌دارد.» (سادات، ۵:۱۳۷۸)

فرهنگ اساسی‌ترین عامل شناخت جوامع گوناگون است که در اندیشه‌ها، آداب و رسوم، سنت‌ها و باورها و دستاوردهای غیر مادی بشر ریشه دوانده است. این ویژگی‌ها باعث شده تا دولت‌ها تلاش و اهتمام جدی برای نشر فرهنگ ملی در فراسوی مرزها و برقراری ارتباطات و یا تحکیم پیوستگی‌های فرهنگی برای ایجاد استحکام روابط در همه زمینه‌ها داشته باشند. در همین راستا، می‌بینیم که سران کشورهای جهان بعد از جنگ جهانی دوم برای جلوگیری از وقوع جنگ‌های مخرب و مخوف و ایجاد بستر ارتباطات بین کشورها «ضمن اتخاذ تدابیری مانند ایجاد سازمان ملل متحد و تشکیل کنفرانس‌های متعدد برای حل و فصل مشکلات فیمابین، در صدد آن برآمدند که با توسعه روابط فرهنگی و فراهم ساختن موجبات شناسایی و دوستی بین ملل، اندیشه‌ها و قلب‌ها را به یکدیگر نزدیک سازند تا تفاهم و همکاری جانشین دشمنی‌های دیرین شود. تشکیل سازمان یونسکو از جمله اقدامات بسیار مهم سازمان ملل برای آشنا ساختن مردم کشورهای مختلف به فرهنگ یکدیگر است.» (بیات، ۱۱:۱۳۸۰)

همچنین باید گفت: «از آن‌جا که فرهنگ مکمل روابط تجاری و بازرگانی است، خود، فرصت‌هایی را برای فهم متقابل، درک متقابل، منافع دوجانبه و تأثیربخشی متقابل به وجود می‌آورد. از رهگذر روابط فرهنگی است که کشورها به حسن تفاهم می‌رسند که نتیجه آن، تشریک افکار و تعدیل اختلافات است و این به نوبه خود راه را برای سازگاری پایدارتر هموار می‌سازد.» (سریع‌القلم، ۱۳۱:۱۳۷۸)

در قرآن کریم نیز «تعارف» (در آیه سیزده سوره حجرات: «یا ایهاالناس انا خلقناکم من ذکر و انثی و جعلناکم شعوباً و قبائل لتعارفوا ان اکرمکم عندالله اتقٰکم ان‌الله علیم خبیر»)، علت اصلی تقسیمات فرهنگی و تفاوت‌های ناشی از آن در بین جوامع عنوان شده است. این تعارف از سوی خداوند متعال بنا شده و خالق هستی اصل تکثر فرهنگی را در کرامت انسان‌ها و تقوای آنان مورد عنایت قرار داده است.

امروز با توجه به گسترش وسایل ارتباط جمعی و انقلاب تکنولوژی ارتباطات، ضرورت شناخت صحیح مبتنی بر شناخت متقابل بیش از پیش احساس می‌شود، چرا که با افزایش سرعت انتقال اطلاعات امکان بروز سوءتفاهم حتی عمدی یا غیر عمدی بیش‌تر شده است. «این پیشرفت به قدری سریع و پردامنه بوده است که دنیای بزرگ انسان‌ها را به جهانی به غایت کوچک بدل کرده است. در چنین شرایطی، هیچ کشوری را از برقراری ارتباط با کشور دیگر گزیر و گریزی نیست. اکنون دور ماندن از جهان خارج از خود، نه امکانپذیر است نه به مصلحت. این ارتباط در جهات و جنبه‌های گوناگون گسترده می‌شود که در آن میان، ارتباط فرهنگی از همه انواع ارتباطات عمیق‌تر و کارسازتر است.» (سادات : ۵:۱۳۷۸) و چنانچه کشورها به نحو صحیح میراث و دستاوردهای فرهنگی امروزی خود را بیان نکنند و خود در صدد کسب اطلاعات صحیح از محیط فرهنگی بین‌المللی برنیایند زیان‌های فراوانی خواهند دید؛ چون تصویرسازی‌های آنان نشانگر جایگاه خویش در عرصه بین‌الملل است. زیرا «روابط فرهنگی ناظر بر پیوندهایی است که میان انسان‌ها در مرزهای ملی و فرهنگی پدید می‌آید.» (شعاعی، ۷۱:۱۳۷۴)

با نگاهی گذرا به تاریخ می‌توان دریافت که جوامع معمولاً پس از آنکه شاهد تحول اساسی در ساختارهای اجتماعی و سیاسی خود (مانند انقلاب) می‌شوند، بیش از پیش به امر روابط فرهنگی توجه نشان می‌دهند تا دیدگاه‌های جدید خود را به جهانیان و یا جوامع دیگر معرفی نمایند. در این ارتباط می‌توان به کشورمان جمهوری اسلامی ایران با گفتمان جدید عدالت‌جویانه و نگاه دین‌محوری به امور بین‌المللی و نفی یک‌جانبه‌گرایی در عرصه جهانی و در نهایت به تئوری گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها اشاره کرد که «در یک ارتباط فرهنگی پویا، این امکان برای ما فراهم می‌آید تا میراث گرانقدر فرهنگی خود را به جهانیان معرفی کنیم و با مشارکت در چالش‌های عظیم فرهنگی جهان و شکل‌گیری فرهنگ جهانی سهیم شویم. از تماشاگری بی‌نقشه به بازیگری صاحب نقش تبدیل شویم.» (سادات، ۵:۱۳۷۸ ـ ۶)

شاید بتوان گفت بقای روابط فرهنگی به نحو مستقیم به شناسایی و قبول تنوع فرهنگی بستگی دارد. این روابط باید با حفظ احترام متقابل برای فرهنگ‌های بشری و به دور از سلطه و مؤلفه‌های قدرت یک جریان متقابل و دوجانبه مردم و عقاید

آنان باشد و این مسئله نیازمند ایجاد شبکه‌های جدید ارتباطی میان مردم و ملت‌ها در سطح منطقه‌ای و جهانی است.

در پایان باید گفت گسترش روابط فرهنگی کشورها و بهره‌گیری از تجربیات یکدیگر می‌تواند زمینه را برای گسترش و استحکام مناسبات در حوزه‌های دیگر فراهم کند. امروزه یکی از ستون‌های اصلی روابط کشورها با یکدیگر را روابط فرهنگی تشکیل می‌دهد. این روابط، تسهیل‌کننده و بعضاً زمینه‌ساز روابط سیاسی و اقتصادی کشورها نیز هست. روابط فرهنگی در طی قرون متمادی شکل می‌گیرد و پایدار بودن از ویژگی‌های آن محسوب می‌شود. (بیات، ۱۲:۱۳۸۰)

ارتباطات فرهنگی، عمدتاً به دو شیوه ذیل ممکن است نقش تعیین‌کننده‌ای در روابط بین‌الملل ایفا کند:

۱. با معرفی شاخصه‌های فرهنگی جوامع مختلف به یکدیگر این امکان را فراهم می‌آورد تا انسان‌ها پاسخ‌های فرهنگی متفاوت خود به نیازهای واحد را که به اقتضای پارامترهای زمان، مکان و... به اَشکال هنجاری گوناگونی درآمده‌اند، شناسایی کنند. این شناسایی ممکن است نتایجی چون احتمال تجدیدنظر در رفتارها، منش‌ها و الگوها و گزینش‌های جدید برای اقوام و ملت‌ها را در پی داشته باشد.

۲. تبادل آرا و اندیشه‌ها و تعمق در سبک و سیاق زندگی دیگر جوامع در قالب ارتباطات فرهنگی، ذهنیت سوء ناشی از عدم شناخت و احساس بیگانگی نسبت به انگاره‌های دگرباشان را از میان می‌برد و زمینه تفاهم و ایجاد صلح و ثبات و پرهیز از تنش‌های ناشی از غیریت‌سازی را فراهم می‌آورد. (حقیقی، ۶۴:۱۳۸۶)

به همین دلیل، شناخت سیاست‌های فرهنگی هر کشور و توجه به نظرات رسمی دولت‌ها ضروری است که در صورت عدم توجه به آن، موانع متعددی ممکن است بر سر راه ارتباطات و تفاهم پدید آید. در این رابطه، مطالعه روند ارتباطات فرهنگی به منظور اخذ تجربه، ارزیابی فعالیت‌ها و اهداف، سنجش میزان شناخت از دیگر فرهنگ‌ها و ارزیابی تصویر کشور خود در نظر دیگران ممکن است در تنظیم و برقراری ارتباطات فرهنگی مفید و مؤثر واقع شود.

اکنون با آگاهی از جایگاه و تأثیر روابط فرهنگی در مناسبات بین‌المللی و با

شناخت کشورها و کسب تجربه از اطلاعات موجود در این زمینه، ضمن یادگیری و رعایت قواعد بازی و با بهره‌گیری از تکنولوژی نوین ارتباطات، می‌توان از فرصت‌های موجود در این زمینه برای معرفی تمدن و ارزش‌های فرهنگ ایرانی و انقلاب اسلامی به دنیای خارج بهره برد. برای نیل به این هدف ناگزیر بایستی از ابزارهایی چون اجازه تأسیس مراکز و خانه‌های فرهنگ و کرسی‌های زبان فارسی و ایران‌شناسی، همچنین برگزاری نمایشگاه‌ها و هفته‌ها و مناسبت‌های فرهنگی برخوردار بود. بدیهی است برای دستیابی به ابزارهای فوق انعقاد موافقتنامه‌های فرهنگی با کشورهای خارجی با حفظ اهداف و منافع فرهنگی کشور ضروری است.

در این بخش، با توجه به ارتباط موضوعی با روابط فرهنگی، به بررسی نماد و اسطوره در روابط بین‌الملل و متغیرها و شاخص‌های ارتباطات بین‌المللی پرداخته می‌شود.

نماد و اسطوره در روابط بین‌الملل

امروزه با اهمیت یافتن فزایندهٔ اطلاعات به عنوان یک ابزار فرهنگی و با توجه به دارا بودن ابزار پیچیده اطلاعات در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، امنیتی و اقتصادی و متأثر از جهانی شدن، این واقعیت آشکار شده است که در روابط بین‌الملل باید با فرهنگ به عنوان یک مفهوم دقیق برخورد کنیم نه به عنوان یک مفهوم کلی و مبهم.

در این‌جا به دو مفهوم نماد و اسطوره و کارکرد آن در روابط فرهنگی و بین‌المللی اشاره می‌شود. «این دو واقعیت فرهنگی در هر نظام فرهنگی در ارتباط متقابل با عناصر، ترکیب‌ها و حوزه‌های مختلف موجود در آن نظام، ایفای نقش می‌کنند و از جایگاهی ویژهٔ خویش برخوردارند و به موازات ایجاد و گسترش روابط میان ملت‌ها، در مناسبات و داد و ستدهای فرهنگی آن‌ها نیز نمود می‌یابند.» (رمرودی، ۸۴:۱۳۸۰)

قبل از این‌که تعریفی از این دو نماد ارائه دهیم، لازم است یادآوری کنیم که واژه‌هایی مثل نشانه، علامت، رمز، نماد (سمبل) و حتی اسطوره (افسانه) در زبان محاوره‌ای، در بسیاری از موارد به جای یکدیگر به‌کار می‌روند.

نماد عبارت است از چیزی مرتبط با چیز دیگر که به آن معنی می‌بخشد و نمایندهٔ آن است. روابط نمادین ممکن است قراردادی باشند، مثل نشان دادن یک کمیت نامعین در ریاضیات با حرف X، یا ممکن است در عرف نمایانگر هویت باشند، مانند پرچم‌ها یا نشانه‌ها، حلقه ازدواج و...

واژهٔ اسطوره (افسانه) از دیدگاه‌های مختلف علوم انسانی، علوم اجتماعی، زبان‌شناسی، جامعه‌شناسی و... مورد مطالعه و تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد و در این‌جا منظور از اسطوره، باورهایی است که غیر عقلانی هستند یا جنبه عقلانی کم‌تری دارند و به دو دسته تقسیم می‌شوند. الف) اسطوره سنتی: اسطوره‌ای است که از تصویرهای افسانه‌ای برخوردار باشد و در روابط میان ملت‌ها منشأ کنش و رفتار قرار بگیرد، مانند اسطوره‌های نژاد، همه‌پرسی، انقلاب و جنگ. ب) اسطوره اجرایی: اسطوره‌ای ساختگی است و شامل تصویرهای خلاصه شده و ساده از یک وضعیت یا یک پدیده معمولاً ایده‌آل است، مثل جامعه بی‌طبقه، جامعه باز و انقلاب پرولتاریایی.

کارکرد نماد و اسطوره در روابط بین‌الملل

شاید شاخص‌ترین نمادها در روابط میان ملت‌ها، پرچم‌ها باشند یا نشانه‌ها و سرودهای ملی. در عرصه بین‌المللی از واژه‌های شمال و جنوب، شرق و غرب، تروریسم، دهکده جهانی و دیوار برلین به عنوان مهم‌ترین مفهوم‌های نمادین می‌توان نام برد که هر کدام در کارکرد خود از اهمیت خاصی برخوردارند و تداعی کننده و نشانی بعضی از پدیده‌ها میان دولت‌های عرصه بین‌المللی است و در واقع یکی از ابزارهای ارتباطی میان ملت‌ها و دولت‌ها با یکدیگر است.

منظور از مفهوم نمادین این است که کاربرد واژه‌های مذکور در ذهن افراد معنا و مفهوم خاصی تداعی کند. در بخش اسطوره، نژاد به عنوان یک اسطوره سنتی همواره در روابط میان ملت‌ها و دولت‌ها منشأ کنش و رفتار بوده است. برخوردهای نژادی از این گونه رفتارها هستند و در بخش اسطوره اجرایی، جامعه بی‌طبقه به عنوان یک اسطوره اجرایی تبلور عنصر برابری تلقی می‌شود که در بسیاری از جنبش‌های سیاسی در عرصه بین‌المللی تأثیر شگرفی به جا گذاشته است. از این

بحث این نتیجه حاصل می‌شود: «روابط انسان‌ها چه در سطح فردی و ملی و چه در سطح بین‌المللی، همواره متأثر از باورها، ارزش‌ها، عادت‌ها، رسم‌ها و تصویرهای ذهنی آن‌ها بوده است. در واقع این‌ها عوامل تشکیل‌دهنده فرهنگ هستند. فرهنگ از عناصر عقلانی و غیر عقلانی تشکیل می‌شود و گویی اجزای غیر عقلانی فرهنگ، سیطره فراگیر بر اجزای عقلانی آن داشته‌اند.» (همان، ۱۰۰)

واقعیت آن است که هیچ یک از رفتارهای بشری خارج از چارچوب نمادها و اسطوره‌ها نیستند و در روابط بین‌الملل نیز این نمادها و اسطوره‌ها هستند که شکل‌دهندهٔ رفتار بازیگران هستند و نیازها و تحولات بین‌المللی همان‌طور که از نمادها و اسطوره‌ها تأثیر می‌پذیرند، در شکل‌گیری و پردازش آن‌ها نیز نقش دارند.

متغیرها و شاخص‌های ارتباطات بین‌المللی[1]

یکی از ضروری‌ترین ابزارهای سیاستگذاری و مدیریت فرهنگی، وجود متغیرها و شاخص‌های شفافی است که ذهنیت روشنی به مدیران بخش فرهنگ می‌بخشد و آن‌ها را در سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی‌های سیاست فرهنگی یاری می‌رساند. این شاخص‌ها با نگرش سیاسی و مدیریتی که بتوان با توجه به شرایط متفاوت از آن‌ها بهره جست به شرح ذیل هستند:

۱. حقوق فرهنگی و آزادی: فرض بر این است که رعایت حقوق فرهنگی در یک کشور زمینه روابط بین‌المللی فرهنگی را تسهیل می‌کند. مهم‌ترین شاخص در این زمینه می‌تواند رعایت حقوق بشر باشد که امنیت روابط بین‌المللی فرهنگی را تضمین می‌کند.

۲. تجارت فرهنگ: بی‌تردید شاخص‌های متعددی را می‌توان در حوزه اقتصاد و تجارت فرهنگ برشمرد، اما آنچه مد نظر این کتاب است، بر شمردن آن دسته از شاخص‌های تجارت فرهنگ است که ممکن است نمادی از روابط بین‌المللی فرهنگی باشد.

۳. سیاست‌های عمومی به‌ویژه فرهنگی: سیاستگذاری فرهنگی بین‌المللی مجموعه‌ای از این ابزارها و حصر و حدها و تنبیهات و تشویق‌هاست که از سوی

---

۱. با دخل و تصرف نقل از اشتریان، ۱۳۸۶: ۲۴۱ ـ ۲۵۸.

دولت‌ها اعمال می‌شود و تأثیر مهمی بر افزایش یا کاهش روابط فرهنگی دارد. از جملهٔ این شاخص‌ها می‌توان به کنوانسیون‌های فرهنگی مربوط به میراث فرهنگی و طبیعی اشاره کرد که شامل موارد ذیل می‌شود: کنوانسیون حفظ میراث جهانی، کنوانسیون حفظ اموال فرهنگی در زمان جنگ، کنوانسیون منع ورود و صدور و انتقال غیر قانونی مالکیت اموال فرهنگی.

۴. آموزش، پژوهش و انتشارات: گستره آموزش‌های زبان (و از جمله زبان کشورهای همسایه) از مواردی است که نشان‌دهنده توان ارتباطی یک کشور است.

۵. روابط رسمی: وجود روابط رسمی دیپلماتیک بین کشورها و انجام فعالیت‌های رسمی در قالب انجمن‌های دوستی، خانه‌های فرهنگ، همایش‌های فرهنگی، نمایشگاه‌های بین‌المللی در زمینه هنر، ادبیات، سینما و... از مواردی است که طی تشریفات رسمی خاصی انجام می‌شود.

۶. متغیرهای اساسی: متغیرهای اساسی یک فرهنگ ممکن است عناصر و ظرفیت‌های درونی یک فرهنگ باشد که زمینه‌ساز روابط بین‌المللی است. عناصر و مؤلفه‌هایی چون توان قضاوت، تطبیق، تلفیق، خلاقیت و نوآوری و... از مهم‌ترین این مؤلفه‌هاست.

بر مبنای این مؤلفه‌ها، روابط اجتماعی و گروه‌های مدنی ساماندهی می‌شود و ارتباطات بین‌المللی فرهنگی شکل می‌گیرد.

۷. متغیرهای ارتباطات اجتماعی: متغیرهای ارتباطات اجتماعی نشانگر ارتباطات اجتماعی فرهنگند. فرض بر این است که هر چه ارتباطات انسانی و اجتماعی افزایش یابد در واقع ارتباطات بین‌المللی فرهنگی توسعه می‌یابد. شماری از این متغیرها را به اختصار برمی‌شمریم:

ـ مهاجرت (شامل تعداد مهاجران، تعداد متولدان خارج از کشور به نسبت جمعیت و تعداد شهروندان دوملیتی، میزان ارز خارج شده یا وارد شده توسط مهاجران و...)

ـ جهانگردان (تعداد جهانگردان وارد یا خارج شده)، درآمدها و هزینه‌های جهانگردی

ـ ارتباطات و فن‌آوری‌های جدید (شامل تعداد مراسلات خارجی، تعداد تلفن‌های بین‌المللی، هزینه و میزان استفاده از اینترنت و...)

ارتباطات میان فرهنگی[1] و بین‌المللی[2]

ارتباطات میان فرهنگی (به معنای عام) با ارتباطات بین‌المللی تفاوت‌هایی دارد. ارتباطات بین‌المللی در قالب دولت ـ ملت و در درون مرزهای جغرافیایی و سیاسی پدید می‌آید، در حالی‌که خاستگاه ارتباطات میان فرهنگی در جهان بدون مرز است. شاخه‌ای از ارتباطات و فرهنگ یا هر دو است که ویژگی‌های یک علم مستقل را دارد و از سطح میان فردی تا سطح جهانی را دربرمی‌گیرد.

ابتدا به بیان چند مفهوم می‌پردازیم:

مقصود از ارتباط میان فرهنگی، ارتباط میان مردمانی است که ادراکات فرهنگی و نظام نمادین آن‌ها به حدی از یکدیگر متمایز است که پدیده‌های ارتباطی را متفاوت جلوه می‌دهد. در برخی از نوشته‌ها ارتباط بین فرهنگی را به جای ارتباط میان فرهنگی به‌کار می‌برند.

با توجه به این تعریف، می‌توان نتیجه گرفت که ارتباطات میان فرهنگی به جنبه‌های شخصی، ذهنیات افراد دو طرف ارتباط در زمان برقراری ارتباط و نیز بررسی راه‌های تسهیل این ارتباطات و رفع موانع و سوءتفاهم‌های احتمالی در زمان ارتباط توجه دارد.

تماس فرهنگی[3]: «به معنای برخورد و تماس، به هر نوع تأثیر و عمل متقابل اجتماعی گفته می‌شود.» (شعاری‌نژاد، ۹۵:۱۳۶۴) تماس بین فرهنگی به افراد توانایی می‌دهد که پیچیدگی‌های جامعه دیگر را دریابند و با افراد متعلق به فرهنگ دیگر نوعی همدلی به وجود آورند.

ارتباط بشری: ارتباط، فرایندی پویا و نظام‌مند است که معانی در آن خلق و به واسطه نمادها در فعل و انفعال بشری منعکس می‌شود.

ادراک، فرهنگ و ارتباط

ادراک یکی از مهم‌ترین عناصر ارتباط است که ادراکات فرهنگی بر مبنای سیستم‌های اعتقادی، ارزشی و نگرشی بنا شده‌اند ــ فرایندهای کلامی و غیر کلامی دیگر عناصر و عناصر ضمنی زبان در اساسی‌ترین مفهوم خود یک سیستم سازمان

---

1. Crodd - Cultural Communication
2. International Communication
3. Contact

یافته، توافق شده و نماد آموخته شده‌ای است که برای نشان دادن تجارب درون یک جامعه فرهنگی به‌کار می‌رود.

عقاید متأثر از فرهنگ، مهم‌ترین عامل در نحوه رفتار و ارتباط با محیط است. عقاید عبارت است از یقین ما به حقیقت یک امر (یا با دلیل یا بدون دلیل). فرهنگ‌ها در رویکردشان نسبت به مسائل فردگرایی و گروه‌گرایی، اجتناب از تشکیک و تردید، فاصله قدرت، مردگرایی و زن‌گرایی، طبیعت انسانی، درک طبیعت، زمان فعالیت، روابط بافت، رسمیت و عدم رسمیت، جسارت و سازگاری درونی متفاوت هستند. و منظور از ارزش‌ها رویکردهای پایدار ما در مورد رجحان یک عقیده بر عقیده دیگر است.

«صرف‌نظر از این‌که پیام ارتباطی چقدر ساده باشد، ارتباط بشری مجموعه‌ای از فرایندهای ظریف و مبتکرانه است که همواره مملو از هزاران عنصر، علائم، رمزها و مفاهیم است. اگر ابعاد فرهنگی را نیز اضافه کنیم، ارتباط حتی پیچیده‌تر نیز می‌شود. گرچه تمام فرهنگ‌ها برای مشارکت متقابل واقعیات خود، از نمادها استفاده می‌کنند ولی واقعیات خاص و نمادهای به‌کار گرفته شده اغلب کاملاً متفاوت است.» (لاری ا. سماور، ۵۷:۱۳۷۹)

«گرچه تمام فرهنگ‌ها از نماد استفاده می‌کنند ولی عموماً معانی خاص خود را به آن‌ها نسبت می‌دهند و علاوه بر این‌که نمادها معانی مختلفی دارند فرهنگ‌ها نیز از این نمادها برای اهداف متفاوتی استفاده می‌کنند.» (همان:۶۳)

«همه ما پیام‌هایی را دریافت می‌کنیم و به آن‌ها پاسخ می‌دهیم و در عین حال، ماهیت پاسخ‌های ما ریشهٔ فرهنگی دارند.» (همان:۷۰)

«تفاوت‌های فردی و فرهنگی، ما را از یکدیگر متمایز می‌سازد. گرچه هر کس با مسائل فلسفی مثل مرگ، انزوا، انتخاب آزاد و معنا مواجه می‌شود، تصمیم‌گیری ما در مورد هر موضوع ریشه فرهنگی دارد.» (همان:۷۳)

«ادوارد تی. هال معتقد است، فرهنگ وسیله‌ای است که بشر جهت ادامه حیات خویش به آن تکامل بخشیده است. در زندگی ما هیچ چیز از تأثیرات فرهنگی عاری نیست. فرهنگ سنگ بنای تمدن است و وسیله‌ای است که همه حوادث زندگی باید از طریق آن جریان یابد. گرچه فرهنگ و ارتباط دو مفهوم متفاوتند، به طور مستقیم با یکدیگر پیوسته‌اند.» (همان:۵۵)

این تعریف، پیوستگی و نزدیکی فرهنگ و ارتباط را نشان می‌دهد. قرابت این

دو واژه به قدری است که هال متذکر می‌شود: «فرهنگ ارتباط است و ارتباط فرهنگ.» (همان:۷۴)

مشخصه‌های تأثیرگذار فرهنگ بر ارتباط

هفت مشخصه فرهنگ را که مستقیماً ارتباط را تحت تأثیر قرار می‌دهد برمی‌شماریم. با توجه به این‌که آگاهی، رفتار، ارزش‌ها و حتی نظراتمان به فرهنگ وابسته است، این عناصر عوامل مهمی در ارتباط ما با سایرین هستند.

۱. فرهنگ یاد گرفته می‌شود و این از مهم‌ترین مشخصه فرهنگ است. بدون بهره‌مند شدن از دانش کسانی که قبل از ما زندگی می‌کردند، امکان نداشت فرهنگ داشته باشیم.

۲. فرهنگ از نسلی به نسلی دیگر منتقل می‌شود؛ اگر ارزش‌های روپا و بنیادینی در یک جامعه وجود داشته باشند، باید از نسلی به نسلی دیگر منتقل شوند و این اندیشه ادعای ما را که فرهنگ و ارتباط پیوسته هستند، تأیید می‌کند: ارتباط باعث می‌شود فرهنگ یک فرایند پیوسته باشد چون زمانی که عادات فرهنگی، اصول، ارزش‌ها، برخوردها و مشابه این‌ها تدوین می‌شوند با هر یک از اعضای فرهنگ ارتباط برقرار می‌کند.

۳. فرهنگ بر مبنای نمادها بنا شده است: زبان، پرچم، حرکات غیر کلامی در یک فرهنگ از مهم‌ترین نمادهای استفاده در یک فرهنگ هستند.

۴. فرهنگ پویا و در معرض تغییرات است: این‌که فرهنگ دائماً از طریق نظرات و اطلاعات با منابع خارجی مواجه است و تأثیرگذار و تأثیرپذیر بوده و در معرض نوسانات است، گویای مشابهت بین ارتباط و فرهنگ است. نوآوری، پراکنش و فرهنگ‌پذیری از مکانیزم‌های مهم تغییر در فرهنگ هستند.

نوآوری: کشف شیوه‌ها، ابزار یا مفاهیم جدید.

پراکنش: اقتباس یک فرهنگ از فرهنگی دیگر. از نظر تاریخی مادامی که فرهنگ‌ها وجود داشته‌اند، پراکنش بخشی از ارتباط فرهنگی بوده است و گویای ارتباط بین فرهنگ‌ها و این پدیده (ارتباط) است.

فرهنگ‌پذیری: به عنوان نوعی تغییر فرهنگی زمانی رخ می‌دهد که یک جامعه تحت تأثیر یک فرهنگ غالب‌تر و جامعه‌ای که با آن در ارتباط است، دستخوش

تغییر شدید فرهنگ می‌شود. معمولاً فرهنگ‌پذیری در پاسخ به ارتباط است. این نوع تغییر برای مهاجران بین‌المللی به دلایلی متداول است.

۵. فرهنگ یکپارچه است: فرهنگ نیز مانند ارتباط نظام‌مند است، یعنی فرهنگ به عنوان یک کل وابسته عمل می‌کند و اگر نقطه‌ای از فرهنگ را دست بزنید هر چیز دیگری تحت تأثیر قرار می‌گیرد. ارزش‌های راجع به ماده‌گرایی بر خانواده، اخلاق کار، پیگردهای معنوی و... اثر می‌گذارند.

۶. فرهنگ قوم‌پرست است: تقریباً همیشه فرهنگ قومی مردم دربرگیرندهٔ اسطوره‌های اصلی است که به خود اولویت می‌دهند و مهر تأیید ماوراءالطبیعی را به رسوم خاص خود می‌زند. البته باید دانست که قوم‌پرستی شرایط منفی نیز به خود می‌گیرد و وقتی برای خارج کردن دیگران از دور، ایجاد پایه و اساس برای ارزشیابی‌های موهن و رد کردن تغییر به‌کار می‌رود، ویرانگر می‌شود.

۷. فرهنگ انطباقی است: با اشاره به این‌که کشش فرهنگ به دلیل آموزش آن از بدو تولد و ادامه آن در سرتاسر زندگی بسیار قوی است، باید یادآور شد که تاریخ پر از مثال‌هایی است در بارهٔ این‌که چگونه فرهنگ‌ها به سبب قوانین، تغییرات ارزش‌ها، بلایای طبیعی، جنگ‌ها یا سایر مصیبت‌ها تغییر کرده‌اند. تاریخ زندگی فرد قبل از هر چیز تطبیقی با الگوها و استانداردهایی است که به طور سنتی از جامعه به ارث برده است.

«ارتباط بین فرهنگی، ارتباط بین مردمی است که ادراکات فرهنگی و سیستم‌های نمادینشان به اندازهٔ کافی متمایز هستند تا رویداد ارتباطی را تغییر دهند.» (لاری ا. سماور، ۱۰۴:۱۳۷۹) و این ارتباط بین نژادهای مختلف، یک نژاد با اصالت‌های قومی متفاوت و بین اعضای یک فرهنگ شامل فرهنگ‌های قومی و نژادی و سایر همفرهنگ‌ها رخ می‌دهد. با نگاهی به تعریف ارتباطات میان فرهنگی، می‌توان گفت که مهم‌ترین خصلت دهکده جهانی، وقوع ارتباطات میان فردی ــ به گونه‌ای مجازی ــ در سطح جهان و میان فرهنگ‌های مختلف است. کالیرو توماس، ارتباطات میان فرهنگی را ارتباط میان اشخاص تعریف می‌کند که خود را از جنبه فرهنگی متمایز از یکدیگر می‌دانند. لاری. ا. سماور می‌نویسد: «ارتباطات میان فردی هنگامی روی می‌دهد که یک پیام تولید شده در یک فرهنگ، بخواهد در فرهنگی دیگر پروسه شود.» (محسنیان راد، ۴۹:۱۳۸۶)

فرهنگ، ادراک، فرایندهای کلامی و فرایندهای غیر کلامی، از عناصر مهم ارتباطات بین فرهنگی هستند. در خصوص فرهنگ باید گفت: «اگرچه اکثر مشکلات مربوط به ارتباط بین فرهنگی در سطح ارتباط بین افراد است، اما بیش‌تر مشکلات و سوءتفاهم‌ها را می‌توان در تفاوت‌های فرهنگی جستجو کرد.» (لاری ا. سماور، ۱۵۸:۱۳۷۹)

ارتباطات و تعاملات بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها همواره از دوره‌های کهن تا امروز به صور مختلف وجود داشته است. میزان و کیفیت ارتباطات بین فرهنگی هم تابعی از شرایط و ظرفیت‌های درونی فرهنگ‌ها از یک طرف و شرایط و امکانات محیط پیرامونی آن‌ها از طرف دیگر بوده است. ارتباطات بین فرهنگی زمانی با فعالیت تجار و بازرگانان، جهانگردها، علما و دانشمندان در انتقال متقابل محصولات، محفوظات و دستاوردهای فرهنگی جوامع، زمانی با تهاجم به سرزمین‌های ملل دیگر و کشورگشایی‌های نظامی و گاهی در لوای روابط سیاسی و دیپلماتیک با اعزام نمایندگان فرهنگی، سفرای حسن نیت، میسیونرهای مذهبی، تأسیس مدارس و کالج‌ها و شیوه‌های دیگر تحقق می‌یافت. (نوروزی، ۳۶۶:۱۳۸۶)

رایج‌ترین نتیجهٔ سوءتفاهمات بین فرهنگی این است که اختلافات نه تنها واقعی، بلکه مهلک و مخرب می‌شوند. تأثیر مذاکرات سوءتفاهم‌زا بلافاصله ایجاد می‌شود و باعث از دست رفتن اعتماد و لطمه دیدن روابط گسترده‌تر می‌شود. (کوهن، ۲۲۷:۱۳۷۹) اگر اختلافات بین فرهنگی می‌تواند به رابطه‌ای لطمه برساند، برعکس آن هم ممکن است صحیح باشد: این‌که هماهنگ کردن اختلافات بین فرهنگی بر اساس توجه دقیق به الزامات روانی طرف مقابل می‌تواند بسیار مفید باشد. (همان:۲۷۹)

همچنین، «امروزه تماس‌های مستمر، فشرده و چندبُعدی (اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، ایدئولوژیکی، مذهبی) میان کل جوامع انسانی در حال افزایش است، مبادلاتی که ممکن است آرام و صلح‌آمیز باشد و باعث چیزی شود که قوم‌شناسان به آن «تماس‌های فرهنگی» می‌گویند و اشکال مختلفی از فرهنگ‌پذیری را به دنبال داشته باشد. برخوردهایی که ممکن است حتی نزاع‌آمیز باشند.» (لوکلر، ۹:۱۳۸۲ ـ ۱۰)

بحثی که هانتینگتون در خصوص برخورد تمدن‌ها مطرح می‌کند، در باره تماس‌های بین فرهنگی و مشکلات بالقوه حاصل از آن است. «وی اظهار می‌دارد که جدایی عظیم بین انسان‌ها و منابع، همگی نتیجه مناقشات فرهنگی خواهد بود،

مردم تمدن‌های مختلف دیدگاه‌های متفاوتی در باره رابطه خدا و انسان، فرد و گروه، شهروند و دولت، والدین و فرزندان، زن و شوهر و همچنین نظرات گوناگونی در باره اهمیت حقوق و مسئولیت‌ها، آزادی، قدرت، مساوات و سلسله‌مراتب اجتماعی دارند.» (لاری ا. سماور، ۱۵۸:۱۳۷۹ ـ ۱۵۹)

تمام مسائلی که هانتینگتون مطرح می‌کند، می‌توان گفت از موضوعات اساسی و عمیق و به عبارتی زیرساخت یک فرهنگ است و در طول تاریخ چنین مسائلی جزئی از فرهنگ هر جامعه محسوب شده است. پس برای درک بهتر هر فرهنگ، باید زیرساخت‌های مربوط به آن فرهنگ را شناخت.

تقریباً در تمام فرهنگ‌ها، زیرساخت ریشه‌های عمیقی در نهادهای اصلی و اولیه آن فرهنگ دارد و این زیرساخت عبارت است از: ۱. جهان‌بینی، مذهب و مکان‌های مذهبی، ۲. خانواده و ساختار آن، ۳. تاریخ و حکومت یا جامعه. این سه عامل محرک اجتماعی درکنار یکدیگر اجزا یا عوامل اصلی موجود در تمام فرهنگ‌ها را خلق، منتقل، حفظ و تقویت می‌کنند. این عوامل برای آگاهی اعضای یک فرهنگ به‌کار گرفته می‌شود تا بدانند چگونه زندگی کنند و چه انتظاراتی از زندگی داشته باشند. (همان:۱۵۹)

«اطلاع از فرهنگ دیگران (یعنی زبان، عقاید و ایدئولوژی غالب آن‌ها)، اغلب امکان پیش‌بینی واکنش‌های احتمالی افراد به پیام‌ها را فراهم می‌آورد. در برخورد اولیه با یک فرد نیز، این اطلاعات فرهنگی است که زمینه را برای پیش‌بینی‌های ارتباطاتی فراهم می‌کند.» (گودیکانست، ۲۸:۱۳۸۳)

ادراک، عنصر دیگر ارتباط بین فرهنگی است. «فرایندی است که فرد به واسطه آن، محرک‌ها را از دنیای خارجی انتخاب، ارزیابی و سازماندهی می‌کند. ادراکات فرهنگی بر مبنای سیستم‌های اعتقادی، ارزشی و نگرشی بنا شده‌اند.» (لاری ا. سماور، ۱۰۵:۱۳۷۹) اگرچه فرایند فیزیکی ادراک، تقریباً در همه افراد یکسان است، ولی آخرین مرحله تفسیر و ارزیابی متأثر از فرهنگ است.

اهمیت زبان یا ارتباط کلامی به این جهت برای انسان مهم است که طریقهٔ دستیابی فرد در تماس با دیگران است و می‌توان گفت جدا کردن کاربرد زبان از فرهنگ مربوطه غیر ممکن است. «فرهنگ و زبان با یکدیگر ارتباط متقابل فراوان دارند. فرهنگ ما بر زبانی که بدان تکلم می‌کنیم تأثیر می‌گذارد و چگونگی استفاده از زبان نیز بر فرهنگ ما تأثیرگذار است.» (گودیکانست، ۱۶۲:۱۳۸۳)

درکاربرد زبان در ایجاد ارتباط با غریبه‌ها نیز باید گفت: «تفاوت‌های فرهنگی در کاربرد زبان و سبک‌های ارتباطاتی کلامی باعث می‌شود تا افراد فرهنگ‌های مختلف به طرق متفاوت با هم ارتباط برقرار کنند. در درون برخی از فرهنگ‌ها تنوع زبانی نیز به چشم می‌خورد که خود بر شیوه ارتباطی افراد تأثیر می‌گذارد.» (همان:۱۷۳)

در مورد ارتباط غیر کلامی نیز می‌توان توضیح داد: «ارتباط غیر کلامی مستلزم تمام محرک‌های غیر کلامی در شرایط ارتباطی است که از طریق منبع و استفاده فرد از محیط حاصل می‌شود و ارزش پیام بالقوه‌ای برای منبع و گیرنده پیام دارد.» (لاری ا. سماور، ۲۸۸:۱۳۷۹)

در خصوص اهمیت ارتباطی غیر کلامی می‌توان گفت که بر اساس رفتار غیر کلامی در باره دیگران می‌توان قضاوت کرد و تصمیم گرفت و برای مطالعه شناخت ارتباط غیر کلامی، شناختن فرهنگ فرد، رفتار جسمانی، فضا و محیط، زمان، گرایش‌های فرهنگی، سکوت و غیره ضروری است.

در خصوص مدیریت در فرهنگ‌های مختلف باید گفت که تفاوت‌ها و تنوع در فرهنگ‌های مختلف حاصل نیازها و مقتضیات و ضرورت‌های تاریخی، سنتی، فکری، جغرافیایی و... آن کشور است.

بنابراین مدیر (فرهنگی) باید قادر به تحمل تفاوت‌های فرهنگی و مشکلات و سختی‌های منتقل‌شده باشد. ملت‌ها و کشورها متفاوتند و مدیرانی که بتوانند این مطلب را درک کنند به هنگام کار با مردم دیگر کشورها می‌توانند شیوهٔ مدیریت خود را تغییر دهند و تعدیل کنند تا به صورتی اثربخش‌تر انجام وظیفه کنند. «مدیران آگاه و آن‌ها که به تفاوت‌های ملی مردم کشورهای مختلف توجه می‌کنند، خوب می‌دانند که در هر کشور چه شیوه‌ای از مدیریت را باید در پیش گیرند.» (شنایدر، ۶۵:۱۳۷۹)

«بسیاری از مدیران درگیر در فعالیت‌های تجاری بین‌المللی، مهارت‌های بین فرهنگی کافی برای موفق شدن در کارها را ندارند. مدیران اغلب با آموزش کمی به خارج فرستاده می‌شوند. اطمینان شغلی در مدیریت آن‌چنان بالاست که درک و دانش فردی از تجارت به راحتی فقدان درک فرهنگی را جبران می‌کند. رقابت واقعی، گسترش توانایی مدیریت از کشورها و فرهنگ‌های مختلف جهت کار و فکر کردن با یکدیگر است که عاملی مهم برای موفقیت تشکیلات جهانی به شمار می‌رود.» (لاری ا. سماور، ۲۸۹:۱۳۷۹)

شنایدر با بررسی و برجسته کردن پاره‌ای از مشکلات و مسائل فراروی مدیریت تفاوت‌های فرهنگی و افرادی که خارج از کشور کار می‌کنند، به معرفی و بررسی مهارت‌ها و توانایی‌های لازم برای مؤثر و کارا بودن می‌پردازد که به شرح زیر است: ۱. مهارت‌های میان فردی، ۲. تسلط به زبان‌های خارجی، ۳. داشتن انگیزه برای کار و زندگی در خارج از کشور، ۴. تحمل ابهام و عدم اطمینان، ۵. انعطاف‌پذیری، ۶. شکیبایی، ۷. همدلی فرهنگی، ۸. اعتماد به نفس، ۹. حسن رضایت و شادی. (شنایدر، ۱۳۷۹:۲۷۳)

چالش‌های بالقوه در ارتباط بین فرهنگ‌ها[1]

در این مبحث باید یادآور شد که ادراک نهفته در فرهنگ بدون شک بر شیوهٔ دریافت و تعامل ما با دنیا تأثیرگذار است. بنابراین، به موارد متعددی که ممکن است در ارتباط بین فرهنگ‌ها مشکلاتی ایجاد کنند، می‌پردازیم:

۱. یافتن تشابه و اجتناب از موارد ناآشنا: توجه به این نکته که رابطه ارتباط بین فرهنگ‌ها و تمایل ما به انتخاب دوست یا آشنایانی که آینه تمام‌نمای شخصیت ما هستند، پدیده‌ای روشن و مشهود است و، در واقع، اکثر ما افراد شبیه خودمان را ترجیح می‌دهیم و از برخورد با افراد ناآشنا اجتناب می‌کنیم.

۲. میل به کاهش عدم اطمینان: مشکل بالقوه در این ارتباط از نظریه کاهش تردید و ابهام نشئت می‌گیرد و برگر و کالابریز[2] در این نظریه گفته‌اند: «وقتی افراد غریبه با هم ملاقات می‌کنند، مشکل عمدهٔ آن‌ها کاهش تردید یا افزایش قابلیت پیش‌بینی در بارهٔ رفتار خود و دیگران در عین برقراری ارتباط است.» همان‌قدر که توانایی ما برای پیش‌بینی موارد مربوط به اتفاقات آینده کاهش می‌یابد، تردید و ابهام ما در این زمینه افزایش پیدا می‌کند. این تردید ممکن است به شکل‌های مختلف در ارتباط بین فرهنگ‌ها مشکل‌آفرین باشد.

۳. تنوع اهداف ارتباط: به طور نمونه، در اکثر فرهنگ‌ها، برقراری ارتباط، به منظور اهداف عاطفی نیست و یا در بسیاری از فرهنگ‌های مدیترانه‌ای، آشکار ساختن احساسات یا عواطف امری پسندیده است و دور از انتظار نیست.

---

۱. لاری ا. سماور، ۱۳۷۹: ۳۸۷ ـ ۴۳۸.

2. Berger & Calabrese

۴. کلیشه‌گرایی و تعصب: رفتارهای کلیشه‌ای و تعصب مانند فرهنگ در ضمیر ناخودآگاه افراد قرار دارد. هر دوی این مشکلات ریشه در جبرگرایی برای تشخیص ویژگی‌های درونی و بیرونی گروه اجتماعی دارد. کلیشه‌گرایی شکل پیچیده‌ای از طبقه‌بندی است که تنظیم‌کننده تجربیات ما در ذهن و هدایتگر رفتار ما نسبت به گروه خاصی از مردم هستند.

تعصب به رفتار یا برخورد نامناسب، انحرافی و بدون گذشت نسبت به گروه دیگری از مردم اطلاق می‌شود.

۵. سوء استفاده از قدرت: باید توجه داشت شناخت قدرت و شیوهٔ سوء استفاده و تأثیر آن بر ارتباط، بخش مهمی در درک ارتباط بین فرهنگ‌هاست، چون میزان قدرت هر فرد به افرادی که با آن‌ها تعامل برقرار می‌کند و منابعی که تحت کنترل اوست، بستگی دارد و در ارتباط بین فرهنگ‌ها، این دو عامل از اهمیت بیش‌تری برخوردارند چون منابع قدرت بر اساس فرهنگ تعبیر می‌شوند.

۶. شوک فرهنگی: زمانی که به طور اتفاقی و یا از قبل طراحی شده، در موقعیت فرهنگ کشور دیگری قرار بگیریم و ناراحتی روحی ـ روانی و جسمی این تماس را تجربه کنیم، دستخوش شوک فرهنگی می‌شویم. برای اکثر مردم شوک فرهنگی ممکن است مفهوم افسردگی، عکس‌العمل‌های شدید (مانند سردرد یا درد سراسری در بدن)، خشم، تهاجم نسبت به فرهنگ جدید و حتی کناره‌گیری کامل داشته باشد که این موارد به عکس‌العمل‌های توقف ارتباط بین فرهنگ‌ها کمک می‌کند. برای توضیحات بیش‌تر در این زمینه به بحث شوک فرهنگی در فصل پنجم مراجعه کنید.

۷. نژادگرایی یا نژادپرستی: ستوارد و بنت،[1] تأثیر منفی نژادپرستی بر ارتباط بین فرهنگ‌ها را به روشنی بیان کرده‌اند: «اول، اعتقادات نژادپرستی در باره فرهنگ یک شخص، نوعی احساس اجتماعی و هویت به وجود می‌آورد که بسیار محدود و تدافعی است. دوم، نژادپرستی معمولاً مستلزم ادراک و شناخت اعضای فرهنگ‌های دیگر بر حسب کلیشه‌هاست. سوم، پویایی نژادپرستی چنان است که قضاوت‌های مقایسه‌ای بین فرهنگ یک فرد و فرهنگ‌های دیگر با این تصور انجام می‌گیرد که فرهنگ آن فرد عادی و طبیعی است. در نتیجه، قضاوت‌های نژادگرایانه معمولاً مستلزم مقایسه‌های کینه‌توزانه است که در آن فرد فرهنگ خود را برتر می‌داند و فرهنگ دیگران را تحقیر می‌کند.» برای حل این مشکل و بهبود بخشیدن به این

---

1. Steward & Bennet

مشکلات باید گفت مؤثرترین راه بهبود ارتباط بین فرهنگ‌ها، مطالعه یک فرهنگ در یک زمان و یادگرفتن تمام مشخصه‌های خاص و بارز آن فرهنگ است.

همچنین پیروی از بعضی رهنمودهای اصلی مانند شناخت نفس، توجه به شرایط فیزیکی و انسانی، یافتن رمزی مشترک، ایجاد حس همدردی، تشویق بازخورد در فرهنگ‌هایی که برای گفتگو و صریح بودن ارزش قائل هستند، پرسیدن یک روش بسیار خوب و عالی برای تشویق بازخورد در باره کیفیت پیام‌هاست و یادگیری در باره سازگاری فرهنگی می‌تواند ارتباط بین فرهنگ‌ها را بهبود بخشد.

مهاجران، پناهندگان، کارمندان دولت و دانش‌آموزان خارجی از معدود کسانی هستند که نیاز به سازگاری با یک فرهنگ جدید برای مدتی طولانی دارند. این مردم باید با تغییرات فرهنگی حاصل از تماس مستقیم و مداوم با فرهنگی دیگر کنار آیند. باید توجه داشت فقط با درک فرهنگ‌های دیگر و اندیشیدن به اخلاق بین فرهنگ‌ها می‌توان تصویری از آینده ارائه کرد که مناسب نسل ما و آیندگان باشد.

یاندت[1] می‌گوید: «نژادپرستی شدید منجر به اعتراض و عدم پذیرش غنای فرهنگی و دانش فرهنگ‌های دیگر می‌شود. این موضوع مانع ارتباط و مبادله نظرات و مهارت‌ها در بین مردم می‌گردد. چون نژادپرستی دیدگاه‌های دیگر را برنمی‌تابد و گرایش آن محدودکننده و انحصارگراست.»

هاول[2] به روشنی گرایش فرهنگ به طور خاص را در مورد اخلاق خلاصه می‌کند و می‌نویسد: «معیارهای اخلاقی حاصل فرهنگ‌های خاصی هستند. بنابراین، جای تعجب نیست که رفتار اساسی مناسب یا نامناسب برای گروه‌ها و مکان‌های مختلف متفاوت است. در نتیجه، نباید تعجب کرد که یک شیوه رفتار در فرهنگی با ارزش و درست است ولی در فرهنگ دیگری هیچ اهمیت اخلاقی ندارد و در فرهنگ سومی ممکن است از نظر اخلاقی منفی باشد. یعنی اکثر جمعیت آن را اخلاق نادرست بدانند.»

ادوارد تی. هال معتقد است: «فرهنگ وسیله‌ای است که بشر جهت ادامهٔ حیات خویش به آن تکامل بخشیده است. در زندگی ما هیچ چیز از تأثیرات فرهنگی عاری نیست. فرهنگ سنگ بنای تمدن و وسیله‌ای است که همه حوادث زندگی باید از طریق آن جریان یابد. گرچه فرهنگ و ارتباط دو مفهوم متفاوتند، به‌طور مستقیم با یکدیگر پیوسته‌اند.» (لاری ا. سماور، ۱۳۷۹:۵۵)

---

1. Yandet
2. Howell

دیدگاه فرهنگ به واقعیت‌ها، تعیین‌کننده دید ما نسبت به دنیا و تعامل در آن است و اکثر مشکلات مربوط به ارتباط بین فرهنگی در سطح ارتباط بین افراد است، بیش‌تر مشکلات و سوءتفاهم‌ها را می‌توان در تفاوت‌های فرهنگی جستجو کرد.

شناخت جوامع دیگر و توجه به فرهنگ‌های گوناگون، زمینه‌ساز طرح مباحث مطلوب در میان آن‌ها می‌شود. از سوی دیگر، داشتن اطلاعات کافی در باره ابعاد مختلف فرهنگ‌ها و مطالعه وجوه افتراق و اشتراک بین آن فرهنگ‌ها با فرهنگ خودی از مهم‌ترین ابزار غلبه بر موانع ارتباطات میان فرهنگی است. زیرا عمل کورکورانه و بدون شناخت، اگر نتیجه معکوس به بار نیاورد، نتیجه‌ای نیز در پی ندارد و بی‌ثمر خواهد بود. با توجه به آنچه گذشت، مشخص می‌شود که برقراری ارتباطات مؤثر بین نمایندگان دولت‌ها در عرصه دیپلماسی منوط به شناخت تفاوت‌های فرهنگی و ارجگذاری به تنوع‌های موجود است. فعالان عرصهٔ دیپلماسی، محور تحولات بین‌المللی کشور هستند و بر آنان فرض است که از زیر و بم‌های هنر دیپلماسی و علم برقراری ارتباطات، آگاهی کافی پیدا کنند و شناخت به دست آمده را مبنای عمل قرار دهند.

صنعت و صنایع فرهنگی

اصطلاح صنعت فرهنگی، نخستین بار در یکی از فصول کتاب دیالکتیک روشنگری، نوشته ماکس هورکهایمر و تئودور دبلیو. آدورنو، دو تن از معروف‌ترین نمایندگان مکتب فلسفی فرانکفورت، ابداع شد و هنوز در باره نوع فعالیت‌هایی که قرار است زیرمجموعه این اصطلاح قرار گیرند، تردیدهایی وجود دارد. (پهلوان، ۱۳۷۸: ۳۵۰ ـ ۳۵۱)

صنعت فرهنگی، کالاها و خدمات فرهنگی است که به صورت صنعتی یا تجاری، تولید، بازتولید، انبار و یا توزیع شود. یعنی کالاها یا خدماتی که در مقیاس وسیع و هماهنگ مبتنی بر ملاحظات اقتصادی و نه از روی علاقه به توسعه فرهنگی عرضه می‌شوند. به عبارت دیگر، بخش مادی فرهنگ که قابل تولید و لمس است و در واقع بخش سخت‌افزاری فرهنگ.

صنایع فرهنگی

مفهوم «صنایع فرهنگی» نخستین بار طی جنگ جهانی دوم و در مکتب فلسفیِ فرانکفورت برای توصیف صنعت قدرتمند فیلمسازی آمریکا شکل گرفت. طبق

تعاریف متداول، صنایع فرهنگی متشکل از بنگاه‌هایی است که برای عموم مردم، اطلاعات و سرگرمی‌های آموزشی، علمی و فرهنگی در قالب‌های مختلفِ قابل تکثیر، طراحی و تهیه می‌کنند. هدف صنایع فرهنگی (که تحت عناوین دیگری همچون «صنایع رسانه‌ای»، «صنایع حق تکثیر (کپی‌رایت)» و حتی «صنایع محتوایی» نیز شناخته می‌شود)، مفهوم‌سازی، هماهنگ‌سازی، تولید، ارتقا و تجارت کالاهای فرهنگی در قالب‌های مختلف اعم از کتاب، مجله، روزنامه و ژورنال، فیلم و محصولات صوتی ـ تصویری، ویدئو و نوار کاست، نرم‌افزار، لوح فشرده (سی‌دی‌رام) و دیگر محصولات است. شایان ذکر است، اخیراً با توجه به پیشرفت‌های فناوری می‌توان محتوای موجود در این محصولات کم و بیش «سنتی» را به راحتی و در کم‌ترین زمان از طریق شبکه‌های الکترونیکی از جایی به جای دیگر منتقل کرد. کشورهایی که به اهمیت استراتژیک صنایع فرهنگی پی برده و اقدامات متناسبی را به انجام رسانده‌اند، امروز از نظر اقتصادی و همچنین نفوذ فرهنگی در سطح بین‌المللی، موقعیت ممتازی دارند. و به عکس، کشورهایی که به دلایل مختلف اعم از ایدئولوژیک، سیاسی، اهداف اقتصادیِ کوتاه‌مدت یا حتی ماهیت فرهنگی، از صنایع فرهنگی خود حمایت نکرده‌اند، امروز گرفتار هجوم محصولات و محتواهای فرهنگی بیگانه شده‌اند و در معرض همه‌گونه پیامدهای جدی آن همچون به خطر افتادن هویت فرهنگی و پرداخت هزینه‌های سنگین بابت حق تکثیر (کپی‌رایت) یا فشار برای ایجاد مانع در برابر واردات فرهنگی قرار گرفته‌اند و بدین سبب چه از لحاظ اقتصادی و چه فرهنگی در معرض خطر انزوا قرار دارند. در واقع، صنایع فرهنگی سهم چشمگیری در دسترسی افراد به اطلاعات، آموزش، فرهنگ و نیز اشتغال‌زایی دارند و نقش مهمی در ارائهٔ تصویر فرهنگی یک کشور یا ملت و ایجاد جایگاه مناسب در اقتصاد بین‌المللی ایفا می‌کنند. به همین علت، باید با تحلیل عمیق و مستدل فرهنگی به تدوین استراتژی‌های حوزه «فرهنگ و توسعه» که هم‌اکنون از اولویت‌های دستور کاری نهادهای بین‌المللی است، و بررسی دقیق «صنایع فرهنگی» پرداخت.[1]

---

۱. سخنرانی میلاگروس دِل کورال، مسئول حوزه نشر و حق تکثیر یونسکو (در پاریس)، در کنفرانس توسعه صنایع فرهنگی کره جنوبی.

صنایع فرهنگی انواع متعددی دارد. به عنوان مثال، صنایعی که در آن‌ها کالای تولید شده، کار یک صنعتگر است و با استفاده از ماشین و فرایندهای صنعتی در مقیاسی وسیع تکثیر می‌شود. صفحات گرامافون، کتاب‌ها و نسخه‌های چاپی آثار هنری از این مقوله هستند. در انواع دیگر صنایع فرهنگی، فرایند عملی آفرینندگی از ابتدا نیازمند وسایل و تجهیزات پیچیده است که موجب عدم توازن چشمگیر افزایش تولید می‌شود و ضرورت استفاده جمعی از این وسایل را پیش می‌آورد، مانند برخی حوزه‌های موسیقی پاپ و رادیو و تلویزیون.

از علت‌های اهمیتِ پرداختن به مسئله صنایع فرهنگی، می‌توان قرار دادن فرهنگ در اختیار شمار بیش‌تری از مردم، پرداختن به صنایع فرهنگی برای خارج ساختن برنامه‌های سرگرم‌کننده زنده از بن‌بست اقتصادی، تقاضاهای روزافزون محلی، اعتلای جایگاه هنرمندان آفرینشگر، سرشت بین‌المللی صنایع فرهنگی و... را برشمرد.

بر حسب مورد می‌توان انواع صنایع فرهنگی را از یکدیگر متمایز ساخت. تعدادی صنایع فرهنگی وجود دارد که در آن‌ها آنچه کار هنری آفریننده در مقیاسی کوچک است، بعداً با استفاده از روش‌های صنعتی به شکل نسخه‌های فراوان (کتاب، کپی، آثار هنری، صفحه) تکثیر می‌شود. این صنایع، صنایع انتشاراتی هستند. در صنایع دیگر، کار آفرینش یک اثر عملاً از همان ابتدا به معنای یک محصول اساساً صنعتی است (سینما یا تلویزیون)، در عکاسی نیز با شیئی پیچیده که به طریق صنعتی تولید شده سر و کار داریم؛ دوربین با فن‌آوری الکترونیکی که در آن به‌کار رفته، به تعداد زیادی از مردم امکان می‌دهد که از آزادی فردی انجام کار هنری آفریننده لذت ببرند و دنیای اطراف را برای خود بازسازی کنند.

آنچه گفته شد در توضیح و تفسیر صنایع فرهنگی بود، ولی بد نیست نگاهی به تفاوت و تشابه صنایع فرهنگی با صنایع دیگر داشته باشیم. «از سویی، صنایع فرهنگی به‌گونه‌ای صنعتی سازمان یافته‌اند که بخشی از نظام تولید به شمار می‌رود. از سوی دیگر، کالاهایی را تولید می‌کنند که شبیه دیگر کالاهای صنعتی نیست. صنایع فرهنگی در تولید تصویرها، گفتارها و مفاهیمی که از طریق آن‌ها جهان را درک می‌کنیم، نقشی محوری دارند. صنایع فرهنگی فقط به تولید کالا نمی‌پردازند، بلکه

فهرستی از معنی‌ها را فراهم می‌آورند که از طریق آن‌ها جهان اجتماعی به انضمام جهان کالاها را می‌فهمیم و بر آن اساس دست به عمل می‌زنیم.» (پهلوان، ۵۲۹:۱۳۷۸)

در ادامهٔ این مبحث، تأثیر صنعت و صنایع فرهنگی در حوزه‌های مختلف فرهنگی مانند جایگاه این صنایع در زندگی امروزی بشر، در توسعهٔ فرهنگی و اقتصادی جوامع، روابط فرهنگی بین کشورها، سیاست فرهنگی کشورها، هویت فرهنگی جوامع و جایگاه آن به عنوان قدرت نرم و جهانی‌شدن، بررسی خواهد شد.

این صنعت از لحاظ تاریخی، قدمتی طولانی دارد، اما از جنگ جهانی دوم به این سو، شاهد رشد فزایندهٔ صنعت فرهنگ در پدیده‌هایی نظیر تلویزیون، دانش‌های کامپیوتری و... هستیم. «نیروی این صنایع و ابعاد جهانی آن به گونه‌ای فزاینده محسوس است و بر آیندهٔ فرهنگ در سراسر جهان اثر می‌گذارد. در درازمدت، شیوه تجلی فرهنگ، نوع تحول محتوا و نقش آن به گونه‌ای فزاینده از صنعتی شدن نظام تولید و اشاعه پیام‌های فرهنگی تأثیر می‌پذیرد.» (همان:۳۳۳)

بدون شک، توسعه فرهنگ جوامع تحت تأثیر صنایع فرهنگی از قبیل رسانه‌های دیداری و شنیداری، مجلات و... قرار گرفته و گسترش مصرف این‌گونه محصولات (زمینه مادی فرهنگ) در برابر انواع نگرش‌ها و عملکردهای معنوی فرهنگ، مانند آفرینش‌های هنری ـ آموزشی و... تغییرات بنیادی را در توسعه فرهنگ جوامع به وجود آورده است، به طوری که ادامه این روند باعث تعدی به ارزش‌هایی می‌شود که هویت فرهنگی بشر بر آن نهاده شده است.

این امر نشانگر جایگاه صنایع فرهنگی در مسیر توسعه فرهنگ و یکی از پارامترهای اندازه‌گیری رشد و توسعه کشورهاست. «در توسعه فرهنگی، حفظ حاملان و صنایع فرهنگی، مانند: کتاب، معماری، فیلم و عکاسی، مطبوعات، برنامه‌های سمعی و بصری، موسیقی و... در ابعاد منطقه‌ای و ملی برای حفظ هویت جمعی ضرورت دارد. صنایع فرهنگی، مطمئن‌ترین ضامن توسعه فرهنگی مستقل است، چرا که هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و قوه خلاقیت و آگاهی مردم را نسبت به میراث فرهنگی افزایش می‌دهد.» (بابایی، ۱۰۱:۱۳۸۴ ـ ۱۰۲)

البته امروزه از صنعت جهانگردی به عنوان صنعت فرهنگی با تدابیر معقول، منطقی و علمی برای جلوگیری از تبعات آن در تخریب و آسیب‌رسانی به میراث

اخلاقی و معنوی ملت‌ها، به عنوان یکی از مهم‌ترین راهکارهای توسعه و رونق اقتصادی نیز نام برده می‌شود.

با رشد و گسترش صنعت فرهنگی و مطرح شدن مسائلی مانند قوانین و مقررات مربوط به کپی‌رایت و مالکیت معنوی، جوامع و دولت و نهادهای بین‌المللی دچار چالش جدیدی شده‌اند. «گسترش روزافزون حوزه اثرگذاری صنعت فرهنگ، ایجاب می‌کند که تفکر کنونی در زمینه سیاست فرهنگی، با دگرگونی‌ها و رویدادهای تازه هماهنگ شود و برای فهم و درک وضعیت تازه به آرایش‌های تازه‌ای تن بدهد.» (پهلوان، ۱۳۷۸:۳۳۶)

از آن‌جا که فرهنگ در صنایع فرهنگی تجلی می‌یابد و شکوفا می‌شود باید دید آیا صنعت فرهنگ به حفظ هویت فرهنگی مدد می‌رساند یا هویت‌های ملی را به سود هویت جهانی سست می‌گرداند؟ در پاسخ به این پرسش باید گفت از نظر تاریخی در یک مرحله باعث تحکیم هویت ملی و در موقعیت تاریخی دیگری به کمرنگ کردن هویت ملی منجر می‌شود. «در نگاهی کلی می‌توان گفت، بسته به موقعیت هر فرهنگ، تحول فنی، مهارت‌های موجود در هر کشور، وضعیت جهانی فرهنگ و عوامل دیگر، این جریان فراز و نشیب خواهد داشت.» (همان:۳۳۲)

در حال حاضر که قدرت اصلی صنعت فرهنگ در دست کشورهای معینی متمرکز شده است، توان رویارویی کشورها بیش‌تر به نفع کشورهای قوی است و ممکن است کشورهای ضعیف به جای داد و ستد فرهنگی به صورت مصرف‌کننده محض درآیند.

با توجه به توسعه صنایع فرهنگی، امروزه معنای روابط فرهنگی هم دگرگون شده است. «اگر در گذشته، گوشه‌ای از روابط فرهنگی متوجه مبادله هنرمند، برگزاری نمایشگاه در کشورهای مورد نظر یا فعالیت‌های دیگر از این قبیل بود... امروز باید نقش و نوع انتظار از نمایندگان فرهنگی را بازنگریست و تعریف تازه‌ای از روابط فرهنگی داد. ژیرار می‌گوید: 'امروزه آرشیوهای فیلم‌های ویدئویی یا بایگانی‌های صفحه و فیلم‌های سینمایی در مؤسسات فرهنگی فعال در خارج از کشور مهم‌تر هستند تا برگزاری نمایشگاه‌های آثار نقاشان بزرگ.'» (همان:۳۴۵)

جایگاه صنعت فرهنگ را با اشاره‌ای کوتاه به بحثی که نشانگر استفاده از این صنعت به عنوان قدرت در جهان است، ادامه می‌دهیم. هربرت اسچیلر در خصوص

امپریالیسم گفتمان مسلط آمریکا در جهان، می‌گوید: «تأثیر جهانگیر صنایع فرهنگی فراملی، ممکن است به همان اندازه اَشکال آشناتر قدرت (ایالات متحده) مؤثر و بانفوذ باشند: صنعتی، نظامی، علمی... مردم در همه جا مصرف‌کنندگان تصاویر، صداها، عقاید تولیدات و خدمات (عمدتاً) آمریکایی هستند.» (تاجیک، ۱۳۸۴:۱۵۵)

از سوی دیگر، گسترش صنایع فرهنگی در مسیر جهانی‌شدن و از پارامترهای مهم آن و موجب شتاب‌بخشی پدیده جهانی‌شدن است. «حالا دیگر نمی‌توان با بستن مرزها و جلوگیری از ورود بیگانگان راه نفوذ فرهنگ غیر خودی را بست و آسوده خیال و بی‌دغدغه روش‌های سنتی را ادامه داد و حتی پروراند. وضع تازه، در واقع، بر موقعیت فرهنگ‌های کهن تأثیر گذاشته است و آن‌ها را واداشته است تا به بقای خود بیندیشند و در جهان پیچیدهٔ کنونی روشی پویا و واقع‌گرایانه اتخاذ کنند.» (پهلوان، ۱۳۷۸:۳۳۹)

نتیجه این‌که سیاستگذاران، دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان امور فرهنگی باید زوایای مختلف چشم‌انداز صنایع فرهنگی در جهان را بررسی و مطالعه، و نهایتاً یک الگو و خط مشی جامع برای توسعه منطقی صنایع فرهنگی ارائه کنند و در این مطالعه و بررسی، نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشند این است که ارزش توسعه زمانی است که در جهت بهبود فرهنگ بشریت حرکت کند نه این‌که او را به زندگی در شرایط سخت‌تر محکوم کند و به سطح بردگان و آدم‌های آهنی در جامعه‌ای بی‌نظم و بی‌روح تنزل دهد، بلکه توسعه فرهنگ باید موجبات رهایی بشر را فراهم آورد.

ولی در این بحث نکته‌ای که در باره جمهوری اسلامی ایران باید یادآور شد این است که «کشور ما باید هم نسبت به جهان گشاده نظر باشد و هم آن که بی‌لحظه‌ای تردید و تأمل خواستار حراست از حوزه تمدن و فرهنگ ایران باشد که جلوه‌های گوناگون آن می‌تواند سرزمین‌های وسیعی را در این منطقه آشوبزده از جهان متحد و همسو گرداند. در این مقطع بحرانی و سرنوشت‌ساز تاریخ بشر، باید از حوزه تمدن ایرانی در برابر روند کور ادغام فرهنگ‌ها در ته‌مانده‌های تمدن غربی که از طریق صنعت فرهنگ در جهان پخش می‌شود قاطعانه نگهبانی کرد.» (همان:۳۴۰) این امر مستلزم برنامه‌ریزی فرهنگی منسجم و جامع با حضور و همکاری متفکران، صاحب‌نظران حوزه فرهنگ، هنرمندان و... با به‌کارگیری تکنولوژی ارتباطات در امر صنایع فرهنگی است.

اقتصاد فرهنگ در عصر جهانی‌شدن

امروزه جهانی‌شدن بر تمامی امور زندگی انسان‌ها اثرگذار است. می‌توان اذعان داشت که مهم‌ترین مظهر جهانی‌شدن در حوزه اقتصادی متجلی شده است. در جهانی‌شدن اقتصاد، سه فرآیند مشاهده می‌شود: کالا، انتقال سرمایه و انتقال خدمات. الزامات فعالیت اقتصادی و بیشینه‌سازی درآمدها ایجاب می‌کند که روابط و مناسبات اقتصادی در عین مقررات‌زدایی، آزادسازی و فرو ریختن دیوارهای حصین ملی، به نوعی با موازین بین‌المللی تنظیم و قانونمند شوند. (نوروزی، ۱۳۸۶: ۳۶۹ ـ ۳۷۰)

مبادله کالاهای فرهنگی نیز تابع سازوکارهای اقتصادی است و ما شاهد افزایش میزان عرضه کالاهای فرهنگی و افزایش تنوع کالاهای فرهنگی در سطح جهان هستیم.

تعریف و تدوین ادبیات مربوط به مقوله اقتصاد فرهنگ و شناخت ابزار و تکنیک‌های مورد نیاز برای سنجش نسبت فرهنگ و اقتصاد نیازمند تلاشی مستمر، آگاهانه و علمی است که انجام دادن پژوهش‌های بنیادی ـ کاربردی و استفاده از تجربیات سایر کشورها در این زمینه قطعاً روشنگر این مسیر و راهنمای مناسبی برای ورود اندیشمندان، اقتصاددانان، بنگاه‌های فرهنگی و هنری و دولتمردان به این حوزه است. از این منظر، اقتصاد فرهنگ، ناظر بر شناخت مناسبات و تعاملات بین حوزه‌های تولید و آفرینش، مصرف و بازار است و با استفاده از نظام آماری و جمع‌آوری و پردازش داده‌های اطلاعاتی، قادر خواهد بود دولت را در تخصیص و تجهیز مکفی اعتبارات فرهنگی از محل منابع عمومی یاری کند و در اتخاذ شیوه‌های حمایتی و هدایتی مناسب به منظور تشویق و ترغیب مشارکت بخش غیر دولتی در فعالیت‌های فرهنگی و افزایش سهم سرمایه‌گذاری افراد و بنگاه‌های فرهنگی و هنری در تولید و عرضه کالاها و خدمات فرهنگی در حوزه سیاستگذاری و برنامه‌ریزی هدایت کند. (سید کمال‌الدین هادیان، ۱۳۸۳)

از نظر اقتصادی، مؤلفه‌هایی چون ساختار بازار، نسبت‌های تمرکز و ارزش افزوده اهمیت دارند؛ چرا که فردگرایی و بیشینه‌سازی سود از اصول مهم نگرش اقتصادی و منطق نظام سرمایه‌داری مبتنی بر انحصارات است و این واقعیت وجود دارد که افراد و شرکت‌های تجاری کالاها و خدمات را برای مبادله و کسب درآمد به

بازار عرضه می‌کنند. بنابراین، محصولات فرهنگی نیز در شمولیت بازار فرهنگی قرار می‌گیرند. امروزه اصطلاح صنعت یا صنایع فرهنگی به معنای توانش اقتصادی تولید فرهنگی به منظور تولید ستانده، اشتغال، عایدی و برآوردن نیازهای مصرف‌کننده است. (نوروزی، ۱۳۸۶: ۳۷۰)

در تعریف محصولات فرهنگی باید گفت: «کالاهای فرهنگی ابزار و تولیداتی هستند که به نوعی در پیشبرد اهداف فرهنگی مؤثر هستند. به عبارت دیگر، کالاهای فرهنگی ابزار و تولیداتی است که بدون واسطه و به طور مستقیم ابزار فرهنگ به شمار می‌آید.» (سعادتی، ۱۳۸۳: ۵)

منظور اقتصاددانان از اقتصاد فرهنگ، در نظر گرفتن جنبه‌های اقتصادی فرایند آفرینش آثار نقاشی، مجسمه‌سازی، معماری و موسیقی و ارائه کارهای هنری از طریق نمایش یا اجرا در موزه‌ها، گالری‌ها، نمایشخانه‌ها و سالن‌های کنسرت است. یعنی تحلیل اقتصادی انگیزه‌های عرضه‌کنندگان و متقاضیان کالاها و خدمات فرهنگی از قبیل آفرینندگان، اجراکنندگان، استفاده کنندگان، تولید کنندگان یا مصرف کنندگان محصولات فرهنگی و هنری.

کالاها و خدمات فرهنگی دارای دو ویژگی است که آن‌ها را از خدمات یا کالاهای دیگر متمایز می‌کند:

الف) هنرمندان و نویسندگان و گروه‌های شغلی مشابه، بر خلاف نظریه متعارف عرضهٔ کار (افراد در صورت بالا رفتن سطح دستمزد، عرضهٔ کار را افزایش می‌دهند)، متأثر از انگیزه‌های غیر مادی نیز نیروی کار خود را عرضه می‌کنند.

ب) میزان مصرف خدمات و محصولات فرهنگی و هنری، گذشته از عامل قیمت خود محصول یا درآمد مصرف‌کننده به عامل دیگری به نام میزان وقت یا اوقات فراغت مصرف‌کننده نیز بستگی دارد.

اقتصاددانان با استفاده از این فرضیه و مطالعات تجربی که هنرمندان با هدف اصلی کسب حداکثر لذت از خود فرآیند کار هنری به هدف تأمین معاش متعارف رضایت می‌دهند نه حداکثر کردن درآمد، نتیجه می‌گیرند که دولت با اختصاص یارانه به هنرمندان و به عبارت دقیق‌تر، کمک مالی به آنان، می‌تواند سطح تولید محصولات فرهنگی و هنری را افزایش دهد. (محمدبیگی، ۱۳۷۹: ۳۳۷ - ۳۳۸) این نکته‌ای است که بر سیاستگذاری در عرصه فرهنگ و اقتصاد فرهنگ اثر می‌گذارد.

بنابراین اقتصاد فرهنگ با کشف روابط عِلّی بین اقتصاد و فرهنگ و ارائه مدل کارآمد توسعه پایدار، راه را برای رونق و شکوفایی فرهنگی و هنری هموار می‌سازد و بیش از آن‌که در صدد ارزیابی و قضاوت هنجاری از اقدامات و فعالیت‌های فرهنگی و هنری باشد، به دنبال تحلیل آثار اقتصادی این فعالیت‌ها و ارائه دانش کمی در باره عوامل مؤثر بر اقدامات، سیاست‌ها، برنامه‌ها، فعالیت‌ها و مطلوبیت‌ها از زاویه هزینه ـ منفعت و تبیین محدودیت‌های حاکم بر عرضه و تقاضای کالاهای فرهنگی و هنری است. (سید کمال‌الدین هادیان، ۱۳۸۳)

سرمایه فرهنگی

هر جامعه‌ای سرمایه‌هایی را برای فراگیری افراد و گسترش علوم و تکنیک در مراکز علمی ـ آموزشی، مدارس و دانشگاه‌ها صرف می‌کند و به مانند سرمایه‌گذاری اقتصادی، بخشی از ثروت و ذخیره آن جامعه محسوب می‌شود. به نظر پیر بوردیو، خالق نظریه سرمایه فرهنگی و یکی از جامعه‌شناسان فرانسوی، این سرمایه‌ها به سه شکل در جامعه وجود دارند که بخشی از آن‌ها به عنوان حامل‌های فرهنگی عمل می‌کنند و حامل ارزش‌ها و هنجارها، نمودهای رفتاری، آثار، نشانه‌ها و فضای فرهنگی موجود می‌شوند و آن‌ها را به نسل‌های بعد منتقل می‌کنند.

سه نوع سرمایه فرهنگی مورد نظر پیر بوردیو عبارتند از:

۱. سرمایه‌های بدنی و فردی: سرمایه‌هایی که با کوشش و تجربه و استعدادهای فردی حاصل شده‌اند و در صورت استفاده نکردن از این مهارت‌ها و استعدادها، از بین می‌روند و قابلیت انتقال خود را از دست می‌دهند و شامل حافظه و مهارت‌های تجربی و رفتاری هستند.

۲. سرمایه‌های عینی فرهنگی: مجموعهٔ میراث‌های فرهنگی است که در سایه تجربیات و مهارت‌های علمی و حرفه‌ای ساخته، و به عنوان محمل فرهنگی جامعه به نسل‌های آینده منتقل می‌شود؛ مانند شاهکارهای هنری، تکنولوژی، کتب علمی و...

۳. سرمایه‌های نهادی و ضابطه‌ای: این سرمایه‌های فرهنگی به کمک ضوابط اجتماعی به دست می‌آیند و تا زمانی حامل ارزش‌های مورد نظر هستند که این ضوابط اجتماعی در نظام اجتماعی پابرجا باشند؛ مانند مدارک تحصیلی، گواهینامه‌های کاری و... (بابایی، ۱۳۸۴: ۱۰۴ ـ ۱۰۵)

«به زبان ساده، سه نوع سرمایه در جامعه ایفای نقش می‌کند که تعیین‌کننده قدرت اجتماعی و نابرابری اجتماعی‌اند. سرمایه اقتصادی، منابع مالی را توصیف می‌کند (اسمیت، ۱۳۸۳:۲۲۰)، سرمایه اجتماعی مربوط است به پیوندهای اجتماعی‌ای که مردم قادرند آن را به نفع خاص خود بسیج کنند (همان:۲۲۰) و سرمایه فرهنگی، مجموعه‌ای از روابط، معلومات، اطلاعات و امتیازاتی که فرد برای حفظ یا به دست آوردن یک موقعیت اجتماعی از آن استفاده می‌کند.» (بابایی، ۱۳۸۴:۱۰۴)

در مورد سرمایه فرهنگی، می‌توان گفت بیانگر وجود زمینه استعداد و خلاقیت بشری و نوعی روحیات و ضوابط حاکم در یک جامعه است که حفظ گسترش و ایجاد زمینه لازم برای انتقال آن‌ها به نسل‌های آینده از مهم‌ترین وظایف حکومتی و ملی است و کوتاهی در آن خیانت به نسل‌های آتی محسوب می‌شود.

پیر بوردیو در خصوص مسئله تغییر سرمایه فرهنگی معتقد است: «برخلاف سرمایه‌های اقتصادی و اجتماعی، اخذ سرمایه فرهنگی سال‌ها طول می‌کشد و عمیقاً در احساسات و شعور ما از نفس [خویش] محصور است.» (اسمیت، ۱۳۸۳:۲۲۳)

تولید دائمی و مستمر در هر جامعه‌ای از ویژگی‌های مهم سرمایه فرهنگی است.

پیر بوردیو معتقد است که سرمایه فرهنگی می‌تواند عامل تولید سرمایه اقتصادی و بالعکس باشد. سرمایه فرهنگی در خلأ فرهنگی عمل نمی‌کند، بلکه نیرویی است که ایفای نقش خود را در یک ساختار فراخ‌تر اجتماعی انجام می‌دهد و بوردیو این ساختار گسترده اجتماعی را حوزه‌هایی می‌نامد که قلمروهای زندگی اجتماعی از قبیل هنر، صنعت، قانون، پزشکی، سیاست و غیره هستند.

سیاست فرهنگی

سیاست فرهنگی در حقیقت همان توافق رسمی و اتفاق نظر مسئولان و متصدیان امور در تشخیص، تدوین و تعیین مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم‌الرعایت در حرکت فرهنگی است. سیاست فرهنگی را می‌توان اصول راهنمای کارگزاران فرهنگی و مجموعه علایم و نشانه‌هایی دانست که مسیر حرکت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، نوعی دستورالعمل فرهنگی است که روشنگر حرکت است. بسیاری از

نقاط کور و نکات مهم اما مبهم به مصداق این‌که گفته‌اند «خود، راه بگویدت که چون باید رفت»، در حین حرکت و در اثنای کسب تجربه روشن خواهد شد. بنابراین، سیاست فرهنگی در همه موارد لزوماً گویای نکات بدیع و بی‌سابقه و غیر مکشوفه نیست؛ معاهده‌ای است که سلسله‌ای از اولویت‌ها و اصول و فروع یک حرکت فرهنگی را رسمیت می‌دهد و همفکری و همجهتی را با همکاری و هماهنگی توأم می‌کند. میثاقی است ملهم از آرمان‌ها و اعتقادات، ناظر بر تجربه‌ها و واقعیات، محدود به ظرفیت‌ها و امکانات، توجه به آینده و اهداف بعید و قریب که به هر حال در ذیل و ظل قانون اساسی قرار گرفته است. (سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی)

سیاست‌های فرهنگی یکی از عوامل اساسی توسعه اقتصادی و اجتماعی هر جامعه است. شکل‌گیری شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی علاوه بر سازمان علمی، آموزشی و فرهنگی سازمان ملل (یونسکو) تأکید مضاعف بر جایگاه سیاست فرهنگی و نقش آن در جوامع ملل است.

با توجه به تعریف فرهنگ در هر جامعه‌ای سه سطح کاربرد: سطح کلی، سطح میانی و سطح خرد وجود دارد و بر این اساس سه رده سیاست‌های فرهنگی را از یکدیگر می‌توان متمایز دانست:

۱. کلی‌ترین و جامع‌ترین سیاست‌های فرهنگی، سیاست‌هایی است که با هدف توسعه عمومی جامعه طراحی و تدوین می‌شود و مبتنی بر اصول و عناصر بنیادی است که جزء لاینفک نظام دینی، تاریخ و هویت ملی یک ملت محسوب می‌شود. این سیاست‌ها مستقیماً از اعتقادات، ارزش‌ها، آرمان‌ها و ایدئولوژی حاکم بر یک جامعه الهام می‌گیرند و معمولاً فرادولتی، همیشگی (با توجه به عمر هر نظام سیاسی) و همه‌جانبه است. شاید به تعبیری بتوان گفت که قانون اساسی هر کشور یا سندی همسنگ با قانون اساسی، همان بیانیه سیاست فرهنگی است.

۲. دومین سطح سیاست‌های فرهنگی، سطحی است که موضوع آن کم و بیش فرهنگ غیر مادی جامعه (فعالیت‌های فرهنگی و هنری، فرهنگی و دینی، ارتقای ارزش‌های دینی، معارف و دانش‌ها و...) است. حیطه عمل این سطح سیاستگذاری فرهنگی در کشورهای مختلف ممکن است متفاوت باشد.

۳. سطح سوم سیاست‌های فرهنگی را می‌توان مجموعه سیاست‌هایی دانست که در برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت (برنامه‌های پنج ساله) اتخاذ می‌شود. این سطح از

سیاست‌ها، معمولاً در نهادی در بالاترین رده‌های دولت طراحی و تدوین می‌شود. در واقع، آنچه در این سطح رخ می‌دهد سیاستگذاری به معنای واقعی آن نیست، بلکه نوعی گزینش از میان سیاست‌های مشخص شده در سطوح اول و دوم سیاستگذاری و انطباق آن‌ها با مسائل و مشکلات اولویت‌های فرهنگی موجود یا احتمالی در یک دوره پنج ساله است.

در بعضی ازکشورها، از جمله کشور ما، سطح دیگری از سیاستگذاری فرهنگی وجود دارد. این سطح از سیاستگذاری مربوط به سیاست‌های اجرایی است که دستگاه‌های متولی امور فرهنگی در هر یک از حوزه‌های خاص فرهنگی و هنری اتخاذ می‌کنند. با در نظر گرفتن سطوح مختلف سیاستگذاری فرهنگی، به لحاظ کارکردی، بهترین وضعیت زمانی است که ارتباط منطقی و معنی‌داری بین سیاست‌های سطوح مختلف وجود داشته باشد، به این معنی که هر سیاست بلندمدت الهام‌بخش یک یا چند سیاست میان‌مدت باشد و هر سیاست میان‌مدت هم به تدوین یک یا چند سیاست کوتاه‌مدت و اجرایی منجر شود. در این صورت مجموعه منسجمی از سیاست‌های فرهنگی خواهیم داشت که هر سیاست هم به‌طور افقی و هم به‌طور عمودی دارای ارتباط متقابل و منطقی با سایر سیاست‌هاست. به لحاظ سازمانی یا ساختاری نیز بهتر است سطوح اول و دوم سیاستگذاری فرهنگی فرادولتی و بین‌بخشی باشند. آن هم به این دلیل که سیاست‌های اتخاذ شده در این سطوح، سیاست‌های بلندمدتی هستند که از دوره زمانی عمر دولت‌ها معمولاً بیش‌تر است.[1]

کلود فابریزیو می‌گوید: «سیاست فرهنگی یعنی همگرا ساختن اقدام‌های جمعی به منظور تحقق اهداف معین و برنامه‌ریزی به منظور استفاده از منابع. هر سیاست یعنی انتخاب گزینه‌های عمومی در جامعه‌ای معین. سیاست به گونه‌های مختلف تعریف و تنظیم می‌شود. گاه صرفاً جنبه‌ای تخصصی و فنی دارد، گاه در بخش معینی به اجرا درمی‌آید که آن را سیاست بخشی می‌نامند، یا آن‌که جنبه عام و کلی دارد که همه این سطوح در حوزه سیاستگذاری فرهنگی نیز به اجرا گذاشته می‌شود.» (پهلوان، ۱۲۸:۱۳۷۸)

---

۱. طرح تدوین سیاست‌های فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲، صص ۶۱ - ۶۶.

«سیاست فرهنگی، در واقع شیوه‌ای بنیادی جهت انجام و مدیریت تعهدات فرهنگی و همچنین بخشی از قانونگذاری فرهنگی کشور محسوب می‌شود که قوانین و لوایح سیاست فرهنگی در خصوص آثار و اشیای تاریخی، توسعه و ارتقای سطح فرهنگی و حفاظت از میراث فرهنگی کشور را به مورد اجرا می‌گذارد.» (نگهداری، ۳۶۳:۱۳۸۲)

سیاست فرهنگی به معنای عام و عرفی آن، مجموعه‌ای از اهداف، مبانی، اصول، اولویت‌ها و خط‌مشی اجرایی را شامل می‌شود، هرچند به معنای خاص فقط قسمت اخیر را به ذهن متبادر می‌سازد.

«سیاست فرهنگی کشورهای جهان بر اصول تقریباً مشترکی از ارزش‌های فرهنگی استوار است، هرچند به سبب شرایط خاص جغرافیایی و نظام سیاسی - اجتماعی و نحوه پراکندگی جمعیت تفاوت‌های فراوانی وجود دارد، اما آنچه اهمیت دارد، چگونگی عملکرد دولت‌ها در جهت رسیدن به این اهداف و نحوهٔ فراهم ساختن امکان تحقق سیاست‌های فرهنگی، به‌کارگرفتن مناسب و مطلوب کلیه منابع مالی و انسانی برای رفع نیازهای فرهنگی جامعه است.» (مسعودیان، ۱۳۷۲: ۵۵)

«هدف هر سیاست فرهنگی که به دموکراتیزه کردن فرهنگ گرایش دارد و می‌خواهد توسعهٔ فرهنگی افراد را اعتلا بخشد، باید متکی بر مشاهدهٔ رفتار و تحقیق در زمینه خواست‌ها باشد و به تقاضاها اعتنا کند.» (پهلوان، ۱۳۹:۱۳۷۸)

سیاست فرهنگی یک کشور به اقشار و طبقات، گروه‌های سنی، مناطق جغرافیایی یا قومی و در واقع به تنوع فرهنگی توجه دارد. «سیاست فرهنگی غالباً تحت تأثیر میزان مشارکت و آگاهی ملت‌هاست؛ اگر شهروندان کشوری در تنظیم و اجرای سیاست فرهنگی سهیم نباشند، کارایی چنین سیاستی محدود خواهد بود. سیاست فرهنگی در هر کشور، همچنین، متأثر از برنامه‌های آموزشی آن کشور است و عدم تطابق آن با نیازهای فرد و جامعه و عدم همگامی با پیشرفت‌های زمانه، غالباً برخاسته از کاستی‌های برنامه‌های آموزشی و پرورشی است.» (مقدس، ۴۷:۱۳۸۰ - ۴۸)

تهیه و تنظیم برنامه جامع فرهنگی، شناخت اوضاع و شرایط کشور به منظور اصلاحات و دگرگونی، در نظرگرفتن اولویت زمانی، استفاده از افراد خبره، متفکر و آگاه از مسائل امور فرهنگی، ایجاد نهادهای تخصصی و تربیتی و تبلیغی و

اصلاحات لازم در برنامه‌ها و روش‌ها به تبع روند تغییر و تحول جامعه و جهان از اقدامات اساسی در سیاست فرهنگی است. همچنین بیانیه جهانی سازمان یونسکو در باره گوناگونی فرهنگی و تنوع فرهنگی گویای مقوله سیاست فرهنگی آن هم مبتنی بر رعایت حقوق انسانی در جوامع است.

یکی از وظایف سیاست فرهنگی به وجود آوردن توازن بین فرهنگ فردی (درونی) و فرهنگ جهانی (بیرونی و اجتماعی) است. توازن به معنای مقهور شدن و سر تسلیم فرود آوردن در مقابل فرهنگ بیرون نیست، بلکه بدین معنی است که در صورت تقابل این دو فرهنگ مختلف با یکدیگر، فرد و در نتیجه جامعه دچار شوک نشده و نسبت به اثرات ضربات وارد شده مصونیت یابد. تضاد فرهنگ داخلی با فرهنگ خارجی موجب برخوردهای شدیدی در دو دهه گذشته در بعضی جوامع شده است. (مسعودیان، ۸:۱۳۷۲)

به‌ویژه این‌که پیشرفت سریع وسایل ارتباط جمعی و پوشش وسیع آن، قدرت اشاعه و ارتباط فرهنگی را به‌طور قابل ملاحظه افزایش داده است. «گسترش روز افزون حوزهٔ اثرگذاری صنعت فرهنگ ایجاب می‌کند که تفکر کنونی در زمینه سیاست فرهنگی، با دگرگونی‌ها و رویدادهای تازه هماهنگ شود و برای فهم و درک وضعیت تازه به آرایش‌های تازه‌ای تن بدهد.» (پهلوان، ۳۳۶:۱۳۷۸)

ویژگی یک سیاست فرهنگی، تعیین هدف‌ها و امکانات کنش متقابل و بارور، بین دو فرهنگ خودی و بیگانه و استقرار وسایل ارتباطی مناسب است. (ژیرار، ۱۰:۱۳۷۲)

یونسکو از سال ۱۹۴۵ میلادی با حفظ و توسعه صلح و امنیت در عرصه جهانی از طریق همکاری میان ملت‌ها و دولت‌های عضو در زمینهٔ مسائل آموزشی، علم و فرهنگ پا به عرصه نهاد و کنفرانس‌های متعددی در خصوص صیانت از استقلال، تمامیت و تنوع فرهنگ‌های ملی برگزار کرد که نقطه عطف این کنفرانس‌ها در سال ۱۹۸۲ بود. در این سال تعریفی از فرهنگ از سوی یونسکو ارائه شد که پیوند ناگسستنی میان فرهنگ و توسعه را برقرار می‌کند و همچنین سال ۱۹۸۸ دهه جهانی توسعه فرهنگی اعلام شد. تصویب کنوانسیون جهانی تنوع فرهنگی، «از سوی اکثریت اعضای یونسکو در سال ۲۰۰۵ میلادی، ثمره سال‌ها تلاش این نهاد بین‌المللی در تعریف مرجعیتی جدید برای توسعه و فرهنگ است که اساس آن بر مفاهیمی چون تنوع، تکثرگرایی، دموکراسی، جامعه مدنی و حقوق بشر شکل گرفته است.» (وحید، ۵۰۳:۱۳۸۶)

بنابراین، نظام جدید بین‌المللی نیازمند سیاست‌های فرهنگی است که به درون جوامع نفوذ کند و از باطن آنان سر درآورد و با مفاهیم حقوق بشر، اهداف و ارزش‌های اساسی متناسب ــ از نظر آنان ــ برای جامعه خودشان و جامعه جهانی آگاه شود. هر ملتی برای تشخیص حدود هویت خویش در حال و آینده ناچار است تا سیاست‌های فرهنگی خود را تعیین کند، سیاست‌های فرهنگی که در درازمدت چهره ملت‌ها را از سایرین متمایز می‌کند. همچنین هر ملتی ناچار از بیان اهداف خویش در زمینه‌های فرهنگی است و این‌که این اهداف چه جایگاهی در سیاست خارجی او دارد و از چه ابزاری این سیاست فرهنگی اعمال خواهد شد. (حقیقی، ۷۵:۱۳۸۶) البته فرایند سیاست فرهنگی و عملکرد بسیاری از مراکز بین‌المللی کمک بزرگی در این راه است.

امپریالیسم فرهنگی

در عصر جهانی‌شدن اقتصاد و اطلاعات، ناامنی جهانی همه ابعاد زندگی انسان‌ها را دربرگرفته است. یکی از عوامل اصلی همه این نابسامانی‌ها و ناامنی‌ها مشکل سیری‌ناپذیر امپریالیسم برای استثمار سایر ملل است. اگر بخواهیم مسئله امپریالیسم را بررسی کنیم باید از استعمار شروع کنیم.

کلمهٔ استعمار از مصدر عربی «عمر» به معنای «ساختن و آماده‌کردن» مشتق شده است و در زبان فارسی معنی اصلی آن «سکنی در منطقه‌ای به منظور عمران و آبادانی آن است». اما واقعیت آن است که در زبان سیاسی، استعمار مفهوم مثبتی ندارد، بلکه مشخص‌کننده استثمار یک قوم، ملت، سرزمین و یا کشور توسط کشور دیگر است. به عبارتی، در تعریف استعمار شاید بتوان گفت: استعمار عبارت است از تسلط یافتن یک قدرت سیاسی بر سرزمین یا کشور دیگر توسط اتباع کشور مهاجم. (الهی، ۳:۱۳۸۳-۵)

هدف از استعمار در این تعریف به هیچ وجه به عنوان آبادی سرزمین جدید به نفع ساکنین بومی آن نبوده، بلکه نظر اصلی، استثمار منابع موجود یا در مواردی سود جستن از موقعیت استراتژیک آن به نفع کشور مهاجم است. بنابراین، آنچه بیش‌تر از هر چیز مورد تأکید قرار می‌گیرد، سلطه‌گری یک کشور بر کشور دیگر است. در یک کلام، امروز بیش‌تر از دیروز سلطه‌گری وجود دارد و سلطه‌گری نماد امپریالیسم است.

امپریال[1] در لغت به معنای امپراتوری، شاهنشاهی، سلطنتی و پادشاهی است و امپریالیسم[2] به معنای سلطنت‌طلبی و امپریالیست[3] به معنای سلطنت‌طلب است. ولی امروزه در اصطلاح فرهنگ سیاسی جهان، مقصود از امپریالیسم، چیزی جز سلطه‌جویی انحصاری نیست. (زورق، ۲۰۵:۱۳۶۸)

جوهره امپریالیسم، سلطه یک کشور بر کشور دیگر است. این رابطه ممکن است مستقیم باشد یا غیر مستقیم، یا مبتنی بر مجموعه‌ای از نظارت‌های نظامی، سیاسی و اقتصادی.

در سراسر تاریخ جهان، از امپراتوری‌های یونان و روم گرفته تا ایران، مغول، چین، عثمانی و بسیاری از امپراتوری‌های دیگر، شکل‌های کاملاً متفاوتی از روابط امپریالیستی وجود داشته است. اما امپراتوری‌هایی که بیش‌ترین اثر را بر جهان معاصر داشته‌اند، امپراتوری‌های اروپایی، آمریکایی و ژاپن هستند که از قرن نوزدهم وارد قرن بیستم شدند. (ذکایی، ۶:۱۳۷۰)

به طور خلاصه، می‌توان مجموعه اقداماتی را که موجب ایجاد رابطهٔ سلطه بین سلطه‌گر و تحت سلطه می‌شود، امپریالیسم نامید. امروزه وقتی از امپریالیسم سخن گفته می‌شود، منظور سیاست‌های سلطه‌گری یک دولت در کشور یا سرزمین دیگر است. بنابراین، مبحث امپریالیسم در حوزه سیاست خارجی و روابط بین‌الملل قرار می‌گیرد. «این سلطه ممکن است از یکی از ابعاد سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی آغاز شود، ولی به سرعت به سایر ابعاد گسترش می‌یابد، به طوری که در نهایت همه ابعاد زندگی یک ملت را دربرمی‌گیرد.» (الهی، ۶:۱۳۸۳)

در خصوص رابطه استعمار و امپریالیسم می‌توان گفت: «استعمار و امپریالیسم مکمل یکدیگرند و غیر قابل تفکیک. امپریالیسم را می‌توان سیاست نامید که به دنبال آن استعمار یعنی عملیات را به وجود می‌آورد.» (همان:۹)

امپریالیسم جهانی از نیمه قرن پانزدهم میلادی به صورت استعمارگری اروپا آغاز شد و با گذشت زمان، به تبع بیداری ملت‌ها از نیت شوم استعمارگری، سبب شد که کشورهای قدرتمند در جستجوی راه‌های دیگری برای تسلط بر کشورهای ضعیف و تحت سلطه باشند.

---

1. Imperial　2. Imperialism　3. Imperialist

این امر به‌ویژه در قرن بیستم، همزمان با گسترش مبارزات استقلال‌طلبی ممالک جهان به‌ویژه جهان اسلام، و از دهه ۱۹۶۰، به تبع پیشرفت تکنولوژی در زمینه‌های ارتباطات و وسایل ارتباطی، باعث تغییر رویکرد استعمارگران برای سلطه‌جویی بر کشورهای مستعمره یا ضعیف شد.

در دهه ۱۹۷۰، در مورد امپریالیسم ارتباطات و وسایل ارتباطی مطالعات زیادی شد. اولویربوید ـ بارت، در این باره گفته است که امپریالیسم وسایل ارتباطی، شکل‌های گوناگون فعالیت بین‌المللی این وسایل را که معرف چگونگی اعمال نفوذ آن‌هاست، دربرمی‌گیرد. یوهان گالتونگ نیز معتقد است که امپریالیسم ارتباطی به امپریالیسم فرهنگی می‌انجامد. (خبرگزاری فارس)

گسترش مباحث پیرامون امپریالیسم با تکیه بر وسایل ارتباطی و انقلاب تکنولوژی از دهه ۱۹۷۰ آغاز و در آخرین دهه قرن بیستم، با فروپاشی دیوار برلین و اضمحلال اتحاد جماهیر شوروی طی سال‌های ۱۹۸۹ و ۱۹۹۰، موجب خلق مفاهیم و نظریه‌هایی نظیر امپریالیسم فرهنگی، امپریالیسم اطلاعاتی، امپریالیسم ارتباطی، امپریالیسم خبری، امپریالیسم الکترونیکی و... شد.

تاملینسون (۱۹۹۱) از چهار گونه امپریالیسم فرهنگی سخن می‌گوید: «امپریالیسم فرهنگی به مثابه امپریالیسم رسانه‌ای، امپریالیسم فرهنگی به مثابه گفتمان ملیت، امپریالیسم فرهنگی به مثابه انتقادی بر سرمایه‌داری جهانی و امپریالیسم فرهنگی به مثابه انتقادی بر تجدد.» (تاجیک، ۱۶۲:۱۳۸۴)

نظریه امپریالیسم فرهنگی می‌گوید: «ارزش‌ها و باورهای جوامع قدرتمند به گونه‌ای استعمارگرانه و فریبنده و پنهان‌تر بر جوامع ضعیف تحمیل می‌شود.»

بلترن (۱۹۷۸) امپریالیسم فرهنگی را «روند واقعی و تمام‌عیاری از تأثیرگذاری اجتماعی که از طریق آن یک کشور مجموعه عقاید، ارزش‌ها، دانش و هنجارهای رفتاری و سبک کلی زندگی خود را بر کشور دیگری تحمیل می‌کند» تعریف می‌کند. (همان: ۱۶۲)

برای روشن شدن چگونگی عملکرد و مفهوم امپریالیسم فرهنگی اشاره به چند نکته ضروری است.

دنیای غرب و استعمارگران امروز با گسترش کانون‌های امپریالیسم خبری به شیوه‌های مختلف با تبلیغ شیوه‌های غربی، زمینه‌های ازخودبیگانگی فکری و

بی‌هویتی را به وجود می‌آورند و سلطه فرهنگی خویش را تثبیت می‌کنند. شاید بتوان گفت امپریالیسم خبری زیربنای سلطهٔ جهانی امپریالیسم و ستون فقرات نظم نوین جهانی است. و از این طریق، از یک سو با پیشرفت‌های عظیم در زمینه‌های وسایل ارتباطی نظیر رادیو، تلویزیون، ماهواره و اینترنت و از سوی دیگر با صدور گسترده محصولات فرهنگ غربی و با سیاستگذاری و گسترش مقررات مربوط به سرمایه‌داری و محصولات و فناوری ارتباطات به عدم توازن جریان اطلاعات به نفع سلطه‌طلبی خویش دامن می‌زنند. همچنین به کمک امپریالیسم رسانه‌ای که ریشه در امپریالیسم فرهنگی دارد با ایجاد شرایط برای همرنگی با فرهنگ هژمونی، امکان مقاومت مؤثر در مقابل آن را محدود می‌کنند. و از طریق امپریالیسم سایبر، حلقه این تسلط فرهنگی را با شکستن مرزهای ملی و راه یافتن آن به خانه‌های ملت‌های جهان کامل می‌کنند.

یکی از نگرانی‌های عمده، آماده نبودن جوامع و دولت‌ها برای پذیرش تغییرات و تحولاتی است که هر روزه در جهان به وقوع می‌پیوندند. این تغییر و تحولات با وجود امکان دسترسی عموم شهروندان به اینترنت، به چالشی جدید و جدی برای کشورهای جهان سوم تبدیل شده است.

آیت‌الله خامنه‌ای در توصیف این‌گونه سلطه‌طلبی و استعمار می‌گوید: «دنیای دهه‌های آینده، دنیای ارتباطات و اطلاعات و حاکمیت فکرهای منطقی و قابل قبول است. تهاجم نظامی، تهاجم سیاسی، تصرفات غاصبانه اقتصادی، نه این‌که تمام شده باشد، ولی این‌ها ملاک برتری در دنیا نیست. آنچه امروز استکبار جهانی هم به دنبالش است، استعلای فکری و فرهنگی است.» (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۶:۱۳۸۴)

هم‌اکنون نیز با انقلاب تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و ایجاد فضای سایبر و فضای مجازی، بدون شک با نوع دیگری از این سلطه‌جویی فرهنگی نظیر استعمار مجازی و امپریالیسم مجازی مواجه خواهیم بود. «به نظر نیل پستمن، یکی از نتایج گسترش فناوری جدید و در رأس آن اینترنت، خلق دنیای مجازی است، دنیایی فریبنده که ساکنان آن در انبوهی از اطلاعات غرق می‌شوند.» (خبرگزاری فارس)

با پایان یافتن قرن بیستم و فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی به عنوان یک قطب قدرت جهانی و به وجود آمدن تردید جدی به امکان موفقیت نظام سوسیالیستی در برابر سرمایه‌داری لیبرال، شرایط برای هژمونیک شدن نوعی دیگر از امپریالیسم در

عرصه جهانی فراهم شد. «آمریکا به مثابه یگانه امپریالیسم قدرت مسلم در دوران بعد از جنگ سرد، برای تحقق اهداف و آمال هژمونی‌طلبانه خود، به گونه طنزآمیزی استراتژی تأمین صلح، آزادی و رفاه برای همه جهان را در دستور کار دهه اول هزاره سوم خود قرار می‌دهد.» (تاجیک، ۱۴۳:۱۳۸۴ ـ ۱۴۴)

«داعیه و انگیزه هژمونی جهانی، تعریف فراملی از منافع و امنیت ملی آمریکا، استراتژی اقدام نظامی پیش‌دستانه، سویه استراتژیک یک‌جانبه‌گرایی، منطق نظامیگری، توجیه الهی ـ مذهبی قدرت (جایگاه ویژه آمریکا در نزد خداوند)، تقدم منافع و اهداف ملی بر مقررات بین‌المللی، ملزم و محق دانستن آمریکا در تهیه و تنظیم طرح و نظم نوین جهانی و در نهایت به‌کارگیری توانایی‌ها و استعدادها و امکانات و بهره‌گیری از کلیه مناسبات بین‌المللی از امکان ائتلاف جهانی، بین‌المللی و کشورها برای تحقق چنین نظم و نظامی از مهم‌ترین ویژگی‌های گفتمان قدرت مسلط ایالات متحده است.» (همان: ۱۴۴ ـ ۱۴۸) ولی در کنار این چهره سیاسی ـ نظامی آمریکا، «امپریالیسم قدرت مسلط»، چهره دومی برای آن تحت عنوان «امپریالیسم گفتمان مسلط»، با استراتژی‌های نرم‌افزاری مسلط وجود دارد. «امپریالیسم گفتمان مسلط، نوعی امپریالیسم مرکزمحور است که با امپریالیسم فرهنگی و امپریالیسم روانی (تسلط بر عقاید، احساسات، آداب و رفتار طرف مقابل) رابطه‌ای وثیق و تنگاتنگ دارد. در این نوع امپریالیسم، ملت‌های مرکز، آگاهانه یا ناآگاهانه به تعریف و ترویج زبان و ساختارهای زبانی می‌پردازند تا از طریق رسانه‌ها، فضای شبکه‌ای جهان را کنترل کنند. بدین ترتیب، ملت‌های مرکز، به تعبیر هانتینگتون، با تعریف جهان و تأثیرگذاری بر نگاه ملت‌ها به حوادث سیاسی، ایدئولوژی و حتی دیگر تمدن‌ها، برای کنترل جهان تلاش می‌کنند.» (همان:۱۴۸ ـ ۱۴۹)

«امپریالیسم گفتمان مسلط» برای دستیابی به این اهداف، از استراتژی‌ها و تاکتیک‌هایی نظیر کنترل تکنولوژی و منابع اینترنت، تدارک تولید، بازتولید، تبادل و صدور اطلاعات در اینترنت و دیگر تکنولوژی‌های ارتباطاتی، تبدیل مخاطب فعال به مخاطب منفعل، تبدیل رسانه به پیام (با از میان برداشتن فاصله محتوا و ساختار)، کنترل دسترسی به فضای شبکه‌ای و ایجاد فضای مجازی بهره می‌برد.

مهم‌ترین ویژگی‌های این نوع امپریالیسم عبارتند از:

۱. وجود رابطه منطقی با پدیده‌های بدیع دیگری همچون استعمارگری کوکاکولا، از رهگذر انتقال فرهنگ رسانه‌ای و مصرفی غرب که دربردارنده کالایی‌شدن همه جنبه‌های زندگی است.

۲. متأثر از پدیده جهانی‌شدن به معنای گسترش تجدد به اقصی نقاط جهان و جهانگیرشدن ویژگی‌های محوری فرهنگ و تمدن غربی.

۳. گسترش نهادهای نظارت و مراقبت معطوف به کنترل نظارتی انسان‌های مختلف در جوامع معین.

۴. داشتن نوعی همزمانی با سرمایه‌داری بی‌سازمان، یعنی گردش کالا و سرمایه در سطح بین‌المللی در فضای مجازی.

در عصر کنونی، دولتمردان آمریکا با بهره‌گیری از نخبگان ابزاری و فکری، ایجاد و استقرار چنین نظام امپریالیستی را در دستور کار خود قرار داده‌اند. رانکوف در این ارتباط می‌گوید: «از لحاظ سیاسی و اقتصادی به نفع ایالات متحده است که تضمین کند اگر جهان به سوی یک زبان واحد پیش می‌رود، این زبان انگلیسی باشد و اگر جهان به سمت ارتباطات از راه دورگام برمی‌دارد، امنیت و استانداردهای کیفی آن، آمریکایی باشد... و اگر قرار است ارزش‌های مشترک ایجاد شود، این ارزش‌ها، ارزش‌هایی باشد که آمریکایی‌ها با آن راحت هستند.» (همان: ۱۵۳)

«برای نیل به این اهداف و مقاصد، نخبگان آمریکایی از میان گزینه‌های ممکن، تسلط بر شبکه ارتباطات را به عنوان برترین و مؤثرترین گزینه استراتژیک خود برگزیده‌اند.» (همان: ۱۵۳)

به عبارت دیگر، ما شاهد نوعی غربی‌شدن و استحاله هویتی به عنوان نوعی اعمال قدرت با اشاعه جهانی یک تمامیت اجتماعی و فرهنگی تحت سیطره رسانه‌های گروهی و تکنولوژی ارتباطات هستیم. امروزه با نگاهی ظریف به تعبیر فوکو بیش‌تر متوجه تکنولوژی‌های نوین اعمال قدرت (در صورت‌بندی نرم‌افزارانه آن) خواهیم شد.

بدون شک، فریبکاری سلطه‌جویان در استفاده ابزاری از مذهب، ایدئولوژی، مفاهیم مقدسی مانند آزادی، حقوق بشر، دموکراسی و غیره با تکیه بر تکنولوژی ارتباطات و رسانه‌ای در غفلت و سستی صاحب‌نظران و اندیشمندان متعهد و رهبران ادیان و مدافعان واقعی حقوق بشر و سازمان‌های بین‌المللی منجر به این روند می‌شود.

در همین رابطه رهبر معظم انقلاب با اشاره به این‌که آمریکایی‌ها دارند ایدئولوژی می‌سازند و ما ایدئولوژی داریم، می‌گوید: «دنیا، دنیای حرف برتر، ایدئولوژی قانع‌کننده‌تر، تفکر آرام‌بخش‌تر برای دل‌های شنونده و خواننده است... ما اگر صنعت فرامعمولی، سلاح‌های آن‌چنانی یا دانش فنی برای صدور به دنیا در اختیار نداریم، اما متاع معنوی ارزشمندی که امروز در همه جای دنیا می‌تواند مستمع برای خودش داشته باشد، داریم.» (آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۹:۱۳۸۴)

همچنین وی به ادیان اشاره می‌کند و می‌گوید: «اگر ادیان امروز وارد میدان بشوند و تلاش صحیحی انجام بدهند و مطابق با مقتضای حال تبلیغ بکنند و نیروی فعالهٔ گیرای دل‌ها و روح‌ها و مغزها را بشناسند و فرستندهٔ مناسب را انتخاب کنند، در دنیای امروز پیش خواهند رفت.» (همان: ۱۹)

مطالب ذکر شده دقیقاً نشانگر جابجایی قدرت نرم با قدرت سخت، یعنی اعمال قدرت نرم سلطه در سراسر جهان است. به عبارت دیگر، فرهنگ و عناصر فرهنگی امروزه به مهم‌ترین عنصر تعیین‌کننده در سیاست خارجی و عرصه بین‌المللی تبدیل شده است. در ادامه این بحث برای توضیح بیش‌تر این سلطه‌جویی به بررسی تهاجم فرهنگی و ناتوی فرهنگی خواهیم پرداخت.

تنوع (تکثر) فرهنگی و جغرافیای فرهنگی

از آن‌جا که در شکل‌گیری فرهنگ یک جامعه عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی، تاریخی، طبیعی و... دخالت دارند، در این‌جا ابتدا ویژگی‌های فرهنگ یک جامعه را برشمرده، سپس به اقتضای بحث به تبیین تنوع، تکثر و جغرافیای فرهنگی خواهیم پرداخت.

ویژگی‌های فرهنگ هر جامعه

در خصوص متفاوت بودن ویژگی‌های فرهنگ هر جامعه کافی است چند عامل را در شکل‌گیری آن فرهنگ در نظر بگیریم. احمد نقیب‌زاده در کتاب تأثیر فرهنگ ملی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، عوامل زیر را در ترسیم نمای کلی فرهنگ یک ملت برمی‌شمارد.

۱. بستر جغرافیایی: مونتسکیو در کتاب روح القوانین، به تأثیر علت‌ها و عوامل جوی، جغرافیایی و طبیعی بر قوانین و نظام‌های اجتماعی و سیاسی یک جامعه می‌پردازد. از نظر او آب و هوای گرم یا سرد تأثیر بسزایی بر خلقیات و روحیات یک قوم دارد و جهت‌نمایی آن‌ها را تعیین می‌کند. البته این تأثیرگذاری یکسان و جهان‌شمول نیست و تحت تأثیر عوامل متعددی مانند علوم و فنون جدید دچار شدت و ضعف می‌شود.

۲. بسترهای تاریخی: به طور مثال، عناصر تاریخ فرهنگ ایران از سه لایه تشکیل می‌شود:

الف) لایهٔ اول: بسیار رمزآلود و اسرارآمیز و مربوط به ایران پیش از اسلام (ایران باستان) است. در این لایه اسطوره‌ها، ادیان، ادبیات و فرهنگ سیاسی حاکم به رغم گستره تاریخی دوازده قرنی آن نشانگر استمرار و تداوم بی‌نظیر در تاریخ فرهنگ ایران است.

ب) لایهٔ دوم: برعکس لایه اول بسیار شفاف، مدرن و از نظر اسناد پررونق و مربوط به اسلام و مذهب شیعه است. مهم‌ترین مرحله این لایه پذیرش اسلام و پیامدهای فرهنگی آن در دورهٔ گذار و به دنبال این پذیرش، استمرار و احیای فرهنگ ایران پیش از اسلام و از همه با اهمیت‌تر، تشیع به مثابه تلفیق عالی فرهنگ ایرانی و اسلامی است که در دو محور اختلاط تشیع با رمزگان‌های پایدار فرهنگ ملی و انطباق فرهنگ سیاسی ایران با اندیشه‌های سیاسی شیعه به حدی نمایان است که به نظر می‌رسد لایه اول و دوم به نیکی در کوره تاریخ با هم جوش خورده و به مخرج مشترکی رسیده باشند.

ج) لایهٔ سوم: به دنبال ورود تجدد به ایران و پیامدهای فرهنگی آن در قرن بیستم، القائات خارجی و تحت تأثیر نگرش ناسیونالیسم اروپایی سعی شده بین دو لایهٔ اول و دوم از نو جدایی بیندازند و آن‌ها را مغایر و متضاد یکدیگر نشان دهند، و برعکس بین لایهٔ اول و سوم، که هیچ ارتباطی وجود ندارد، پیوند تصنعی به وجود آورند. با تأسف هم اسلام‌گرایان و هم ملّیون در خدمت این القائات قرار گرفته و ملیت و دین ایرانی را رودرروی یکدیگر قرار داده‌اند. در حالی که آنچه از فرهنگ باستانی ایران افکندنی بود، در همان قرون اولیه ورود اسلام افکنده شد و آنچه پذیرفتنی بود پذیرفته شد. شکوفایی تمدن ایران اسلامی در اندیشه‌های فارابی،

ابن‌سینا و شاهکارهای ادبی حافظ، سعدی، فردوسی و غیره شاهد مدعای ما در تلفیق و جوش خوردن این دو لایه و کمک این تلفیق به قوام هر دو لایه است.

۳. زمینه‌های اجتماعی: کافی است بسترهای اجتماعی یک جامعه را در دو قسمت شامل برش‌های عمودی و افقی بررسی کنیم. به‌طور مثال، در برش‌های افقی جامعه ایران می‌توان شاهد تعارض و تداخل شهر ـ روستا ـ ایل، تفاوت‌های قومی ـ زبانی، اقلیت‌های مذهبی و مسئلهٔ فرهنگ ملی بود. به عبارت دیگر، «جامعه ایران از دیرباز مبین ترکیبی از سه حوزه متداخل و در عین حال جدا از یکدیگر بوده است که عبارتند از زندگی شهری، حوزهٔ روستا و حوزهٔ ایل. علاوه بر آن، تنوع قومی و قبیله‌ای نمادی از یک موزاییک اجتماعی را به نمایش می‌گذارد که حلقه‌ای از سنت، مذهب و تاریخ مشترک، آن‌ها را به هم وصل می‌کند.» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱: ۱۲۶)

برش‌های عمودی که معمولاً مربوط به جوامع صنعتی و مدرن است و در آن تفاوت‌های اجتماعی نوع سنتی مثل تفاوت‌های قومی، زبانی و مذهبی که با منطقه‌گرایی هم تقارن دارند، جای خود را به تفاوت‌های عقیدتی، حزبی، شغلی و انواع مشابه می‌دهند و به هیچ وجه جنبه جغرافیایی ندارند و آحاد مردم را از بالا به پایین دربرمی‌گیرند. گروه‌های سنتی و متجدد، جریان راست و چپ، گروه‌های صنفی و شغلی (روحانیون، بازاریان، کارمندان، زنان، جوانان) می‌توانند حاصل برش‌های عمودی یک جامعه باشند.

۴. پیوستگی تاریخی فرهنگ یک جامعه با هویت آن: یکی از ویژگی‌های فرهنگ، تحولات کند آن است یا به عبارتی تحولات در عرصه فرهنگی به حدی با کندی صورت می‌گیرد که ثابت به نظر می‌رسد. «اسطوره‌ها و کدهای فرهنگی بنیادین که همراه با شکل‌گیری یک جامعه به وجود می‌آیند و استمرار حیات جامعه را تضمین می‌کنند، به‌رغم تحولاتی که در طول تاریخ به خود می‌پذیرند، رگه‌های ژنتیک خود را همچنان تا زمان مرگ آن جامعه حفظ می‌کنند. در نتیجه، نظام فرهنگی جامعه چیزی جز تکامل، تحول و ترکیب همان نظام اولیه نیست.» (همان: ۱۶۱) از این منظر فرهنگ ایران سرآمد همهٔ فرهنگ‌هاست. زیرا در طول تاریخ از همه فرهنگ‌های اطراف خود از بین‌النهرین تا آسیای صغیر و یونان تا تمدن‌های موهنجودارو و سند و آسیا اثر پذیرفته و عمیقاً بر آن‌ها اثر گذاشته است، بدون آن‌که هویت خود را از دست داده باشد. (همان: ۱۶۲)

تنوع فرهنگی

اهمیت تنوع فرهنگی

موضوع «تنوع فرهنگی» را یونسکو از بدو آغاز به‌کار خود در سال ۱۹۴۵ به رسمیت شناخت و در «بیانیه جهانی یونسکو در بارهٔ تنوع فرهنگی» در سال ۲۰۰۱ به بررسی ابعاد مختلف آن پرداخته و در اعلامیه جهانی در خصوص تنوع فرهنگی، از گفتمان میان فرهنگی و احترام به تنوع فرهنگی و تساهل به عنوان مقدمات ضروری برای ایجاد صلح پایدار یاد شده است.

با وجود انقلاب در فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات که بستر و فضای مناسبی برای گفتمان بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها ایجاد کرد، اما شکل‌گیری پدیده جهانی‌شدن به تبع همین تحولات تکنولوژی نوین ارتباطی، تهدیدی برای تنوع فرهنگی به وجود آورد.

تنوع فرهنگی نوعی مخزن ژن فکری است برای بقای انسان. با کاهش یا ضایع کردن تنوع فرهنگی، نژاد بشری عقایدی را که می‌توانند در راه ایجاد شیوه جدیدی از زندگی کمک کنند، از دست می‌دهد. (فاضلی، ۱۳۷۶:۳۳) گرچه گسترش فرآیند جهانی‌شدن چالش عمده‌ای برای تنوع فرهنگی است، اما شرایط و زمینه گفتگوی جدید میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را فراهم می‌سازد.

بر اساس اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی مصوب نوامبر ۲۰۰۱ یونسکو، «تنوع فرهنگی بازتاب تکثر و تعامل فرهنگ‌هایی است که در جهان در کنار هم زندگی می‌کنند و از این رو، بخشی از میراث مشترک بشر را تشکیل می‌دهند. تنوع فرهنگی از یک سو، دربرگیرنده حفظ و اشاعه فرهنگ‌های موجود و از سوی دیگر، پذیرش در برابر سایر فرهنگ‌هاست... تنوع بیان فرهنگی، یعنی تنوع در خلق و نیز تولید، توزیع، ارتباط، نمایش و فروش مطالب فرهنگی، صرف‌نظر از رسانه یا شکل آن.» معاهده تنوع فرهنگی بر حق کشور برای اتخاذ اقداماتی به منظور حفظ و اشاعه تنوع فرهنگی تصریح می‌کند، مبنایی را برای تقویت همکاری بین‌المللی برای اعمال این حقوق فراهم می‌کند و با پدید آوردن وظایفی بین اعضای امضاکننده، شفافیت سیاست‌های فرهنگی، اهداف و توسعه آن‌ها را تقویت می‌کند... این معاهده، بعلاوه، نقطه مرجع سایر سازمان‌های بین‌المللی محسوب می‌شود، از جمله آن‌هایی که درگیر مذاکرات تجاری بین‌المللی هستند... از این رو، معاهده تنوع فرهنگی به انسجام بین اهداف حفظ و اشاعه تنوع فرهنگی و فرایندهای جاری

آزادسازی تجاری کمک می‌کند. با این کار، معاهده مزبور خلائی را که از دیدگاه تنوع فرهنگی در نظام زمامداری بین‌المللی در مورد همکاری در زمینه خط‌مشی فرهنگی بین‌المللی و حقوق و وظایف وجود دارد، پر می‌کند. مواجهه با پیامدهای بین‌المللی آن دسته از خط‌مشی‌های فرهنگی داخلی که به منظور پاسخگویی به چالش‌ها و فرصت‌های ناشی از فن‌آوری‌های جدید و جهانی‌شدن و نیز چالش‌های خاص فراروی کشورهای در حال توسعه قرار می‌گیرد، از دیگر اهداف این معاهده است. معاهده تنوع فرهنگی به کشورها کمک می‌کند توانایی خود را برای اتخاذ خط‌مشی‌های فرهنگی مورد نیاز در سایر مجامع بین‌المللی به‌خصوص در موافقتنامه‌های بین‌المللی حفظ کنند. (فرهنگ و پژوهش، ۱۳۸۲، ش ۲۴:۱۳۳)

کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه در کتاب تنوع خلاق بیان می‌کند: «محصور کردن مفهوم فرهنگ دو مشکل اصلی را دربردارد. هیچ فرهنگی جزیره مجزایی نیست. همه فرهنگ‌ها در رابطه با یکدیگر تأثیرگذار و تأثیرپذیرند و در مفهوم فرهنگ همیشه یک جور رابطه وجود دارد. یعنی این‌طور نیست که فقط x باشد بلکه x با y رابطه دارد. مثلاً برمه‌ای‌ها با تایلندی‌ها و انگلیسی‌ها با آلمانی‌ها در ارتباطند. بارت می‌گوید: 'فکر کردن به قومیت در محدوده تنها یک گروه و فرهنگ، مثل این است که سعی کنیم با یک دست، دست بزنیم.' مقابله 'ما' با 'دیگران' در سازمان قومیت مستتر است، یعنی 'دیگری' بودن 'دیگران'.» (کمیسیون جهانی، ۱۳:۱۹۵۵)

باید به تفاوت‌ها و تنوع فرهنگی، به دیده یک منبع و یک فرصت نگریست تا یک تهدید، تا به این وسیله بتوان ضمن پاسخگویی به تقاضاها و خواسته‌های منطقی و معقول دیگر فرهنگ‌ها، از تمام مزایا و منابع حاصل از ائتلاف‌های جهانی در جهت اهداف و رسالت سازمان یا جامعه بهره گرفت.

اگر به تفاوت‌ها و تنوع فرهنگی به دیده یک فرصت بنگریم و نه یک تهدید، خواهیم دید که این نوع تنوع فرهنگی از جاذبه ذهنی، احساسی و اخلاقی برخوردار است... توانایی اداره و کنترل این تنوع برای انجام کارها، چه در تماس‌های روزانه با دیگر همکاران، چه در ارتباط با دیگر گروه‌های کاری و چه در ارتباط با ائتلاف‌های خارجی ضروری است. در حرف، مدیریت این تنوع فرهنگی آسان است و در عمل بسیار دشوار. (شنایدر، ۲۶۰:۱۳۷۹)

در معاهده تنوع فرهنگی بر به‌کارگیری ظرفیت انواع سازمان‌های بین‌المللی

فرهنگی و تجاری به منظور اجرای مفاد آن تأکید شده است، با این تفاوت که در اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی یونسکو تصریح شده است: «با کالاها و خدمات فرهنگی نباید مانند کالاهای مصرفی یا تجاری رفتار کرد... وجود چارچوب بین‌المللی مؤثر متضمن آن است که تمام حقوق و وظایف بین‌المللی آن‌ها بر اساس موافقتنامه‌های بین‌المللی محفوظ باشد و توانایی آن‌ها برای تحقق مزایای تنوع فرهنگی در داخل کشورها اخلال نکند... چارچوب معاهده یونسکو در سازمان تجارت جهانی و سایر مجامع بین‌المللی، نقطه مرجع محسوب می‌شود تا ظرفیت کلیت نظام بین‌المللی به منظور ایجاد انسجام در اهداف خط‌مشی مجزا اما به هم متصل تقویت شود.» (فرهنگ و پژوهش، ۱۳۸۲، ش ۲۴:۱۳۳)

تنوع فرهنگی بنا به تعریف متضمن آن است که همه به مطالب فرهنگی داخلی و خارجی دسترسی داشته باشند. هدف از آن محدودسازی داد و ستد بین‌المللی مطالب فرهنگی نیست. دولت‌ها از این اطمینان پیدا کرده‌اند که با اشاعه تولید و در دسترس قرار دادن مطالب فرهنگی برای شهروندان، می‌توانند خود را حفظ کنند. همکاری بر اساس این معاهده به دولت‌ها این امکان را می‌دهد که بهترین استفاده را از ابزارهای سیاسی بکنند و در برخورد با نیازهای خاص کشورهای در حال توسعه، ظرفیت کشورها را برای استفاده از آن‌ها بهبود بخشند. (همان:۲۴ ـ ۲۵)

معاهدهٔ مزبور تصریح می‌کند وضعیت کشورهای در حال توسعه و کم‌تر توسعه یافته، مستلزم حداکثر انعطاف‌پذیری در اجرای قوانین و مقررات در داخل کشورهاست. هدف آن تقویت همکاری و همبستگی بین‌المللی به منظور تواناکردن کشورهای در حال توسعه و کم‌تر توسعه یافته به منظور حفظ و اشاعه تنوع فرهنگی و حفظ صنایع فرهنگی است که تجلی فرهنگی خود را در قلمرو ملی خود و در سراسر جهان نشان می‌دهند. به همین منظور، معاهده بر آن است تا همکاری را به منظور توسعه و تقویت منابع و ظرفیت‌های کشورهای در حال توسعه و کم‌تر توسعه یافته در حفظ و اشاعه تنوع فرهنگی تشویق کند. این امر از طریق همکاری به منظور توسعه با هدف کمک فنی و ظرفیت‌سازی است. (همان:۲۵)

کثرت‌گرایی فرهنگی

کثرت‌گرایی فرهنگی وجه مشخص فراگیر و پایدار جوامع معاصر است و هویت و

یا بی‌قومی اغلب واکنش طبیعی و سالمی است که در برابر فشارهای جهانی کردن فرهنگ به وجود می‌آید. قومیت فقط آن‌گاه به عامل درگیری‌های خشونت‌بار تبدیل می‌شود که برای این درگیری بسیج شود و مورد بهره‌برداری قرار گیرد. سیاست‌های بسیاری برای برخورد با تنوع قومی وجود دارد، از جمله طرح آن در قانون اساسی انواع مختلف نظام‌های انتخاباتی، بیانیه‌های حقوقی و سیاست‌های اقتصادی و فرهنگی. (خاویر پرزدکوئیار، ۸۴:۱۳۷۷) و مشارکت در استقرار جوامع چندفرهنگی که اصل کثرت‌گرایی را محترم می‌شمارند، یکی از فعالیت‌های یونسکوست. کثرت‌گرایی در بطن یک جامعه دمکراتیک و پویا و جزء لاینفک مناسبات و تعامل موزون و هماهنگ میان فرهنگ‌ها و ملت‌هاست. اصل دموکراسی و احترام به حقوق بشر برای دفاع و ترویج کثرت‌گرایی اساسی است. تکثرگرایی فرهنگی یعنی توافق‌های پایدار اجتماعی برای همزیستی گروه‌های یک جامعه با هویت‌های متفاوت فرهنگی، باید از دوام ثبات و امنیت کافی برخوردار باشد تا زمینه شکل‌گیری مجدد هویت‌های مذکور فراهم آید. (گروه نویسندگان، ۱۴۰:۱۳۷۹)

مسئله چندفرهنگی به تبع دگرگونی‌های شتاب‌زده کشورهای صنعتی و غیر صنعتی در مسئله هویت فرد مطرح شده است. در همه کشورهای جهان، سیاست فرهنگی باید در عمل با مشکلاتی مقابله کند که پیامد نوعی دوگانگی فرهنگی است. اقدام فرهنگی در کشورهای در حال توسعه، باید همزمان، فرهنگ بومی را حفظ کند و توسعه دهد و شرایط دسترسی به فرهنگ جهانی را فراهم آورد. فرهنگ بومی و جهانی، هر یک زبان ویژه خود را دارد و پیامد تلفیق آن‌ها، شیوه تفکر و ساختارهای ذهنی جدید است. در صورتی که این دو فرهنگ در یکدیگر ادغام شوند و یا یکی فدای دیگری شود، کاری بی‌ثمر است و به فقر فرهنگی خواهد انجامید. هدف هر سیاست فرهنگی، برقراری تعادلی پویا بین فرهنگ‌های ویژه و فرهنگ جهانی است. (ژیرار، ۹:۱۳۷۲ - ۱۰)

در جامعهٔ کثرت‌گرا تمام گروه‌های فرهنگی و فکری پذیرفته شده و از طریق مشارکت و همزیستی در عین حفظ ویژگی‌های خود به یک نظام اجتماعی و سیاسی ملحق شده‌اند. از دیدگاه کلی، تکثرگرایی قومی نقطه مقابل همانندسازی است. تکثرگرایی نیز مانند همانندسازی دارای ابعاد و اَشکال متفاوتی است... برخلاف سیاست‌های همانندسازانه، سیاست‌های تکثرگرایانه بر اساس اصل حقوق

جمعی، گروهی، شخصی و فردی بنا شده‌اند... مفهوم تکثرگرایی[1] اولین بار توسط جی. اس فرنیوال ابداع شد. وی برای نشان دادن جوامع چندگانه از جوامع برمه و اندونزی به عنوان مثال استفاده کرد. (صالحی امیری، ۶۱:۱۳۸۵)

تأکید اصلی تکثرگرایی فرهنگی بر حفظ و صیانت از تفاوت‌های فرهنگی اقوام و ملل است. تعلق به دو سرزمین و دو فرهنگ و فرا گرفتن دو زبان عامل و کلید تعادل فرهنگی و سرنوشت فردی است. آینده، از آن کثرت‌گرایی فرهنگی است: چندفرهنگی و آموزش مداوم برای رودررو شدن با دگرگونی‌ها همگامند و این امر اجتناب‌ناپذیر نیز یکی از هدف‌های غایی اقدام فرهنگی است. (ژیرار، ۱۲:۱۳۷۲)

به این ترتیب، «فرهنگ جهان‌وطنی در حال شکل‌گیری است. مردم در ابتدای مرحله‌ای هستند که در آن جهانی فکر می‌کنند و محلی اقدام می‌کنند.» (جان بیلیس، ۳۹:۱۳۸۳، ج ۱)

عالمگیر شدن علم (جهانی)، اقتصاد (جهانی) و سیاست (جهانی) به طور غیر مستقیم تأکیدی بر جهانی بودن تفکر دارد. دنیایی که محل زندگی افراد و گروه‌هایی است که اعتقادات آنان (به عقیده کوستاس آکسلوس اولین فیلسوفی که تفکر سیاره‌ای را در سال ۱۹۶۴ مطرح کرد) با پوچ‌گرایی، فن‌گرایی، عرف‌گرایی و سیاست‌گرایی مشخص می‌شود، دنیای جدید در حال تولد است (لوکلر، ۵۱۹:۱۳۸۲) به عقیده لوکلر، همراه با این‌جهانی بودن اولین عمومیت‌گرایی واقعی ظاهر می‌شود.

جغرافیای فرهنگی[2]

شناخت رابطه متقابل جغرافیا و فرهنگ به عنوان دو موضوع مهم و پایه، در علم جغرافیا تحت عنوان جغرافیای فرهنگی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. جغرافیای فرهنگی دانشی است که ارتباط و تعامل دو حوزه فرهنگ و جغرافیا و تأثیرات

---

1. Pluralism

۲. ر.ک: سایت دانشگاه امام صادق، ترجمه و تلخیص: علی احمدی.
http://pub.isu.ac.ir/Andesh-ye-Sadiq/Andesh-ye-Sadiq 16/Andesh-ye-Sadiq 1613.htm
David L. Sills, volume 6 Cultural geography pp. 129-134, International Encyclopedia of the Social Sciences

متقابل آن دو را مورد پژوهش و بررسی قرار می‌دهد. بنابراین، روابط و مناسبات متقابل محیط و فرهنگ گروه‌های انسانی از مباحث جغرافیای فرهنگی است. به عبارت دیگر، جغرافیای فرهنگی در معنای وسیع‌تر، با هر بخشی از فرهنگ انسان سر و کار دارد. در این شاخه از جغرافیا، تفاوت‌ها و تشابهات عناصر فرهنگی گروه‌های انسانی در ابعاد فضایی و مکانی، مطالعه و بررسی تغییرات فضایی گروه‌های فرهنگی، شکل‌گیری الگوهای فضایی فرهنگ توسط عملکردهای جامعه انسانی، تجزیه و تحلیل و بر آن‌ها تأکید می‌شود.

بر این اساس، چگونگی شناخت اختلافات فرهنگی در مکان‌های مختلف، تغییرات فضایی و مکانی فرهنگ، شناخت و تقسیم‌بندی مناطق جهان بر اساس فرهنگ و پدیده‌های فرهنگی از سؤالات اساسی مربوط به جغرافیای فرهنگی است.

ردیابی و ریشه‌یابی ـ فرهنگ ـ در زمان و فضا ممکن است به شناخت فرهنگ‌ها کمک کند. همچنین شناخت خصیصه‌های فرهنگی که شاید حضورشان راضی‌کننده به نظر نرسد و از طریق کارکردشان، در برآوردن اهداف واضح توضیح داده می‌شوند، نیاز به جستجوی عمیق در منشأ و ماهیتشان دارد که موضوع پژوهش‌های جغرافیای فرهنگی است.

فرهنگ از نظر جغرافیدانان فرهنگی عبارت است از: الگوهای رفتار آموخته شده انسان که در قالب مقاومی شکل می‌گیرد، و به واسطه آن ایده‌ها و تصورات از یک نسل به نسل دیگر یا از گروهی به گروه دیگر منتقل می‌شود و آنچه از فرهنگ برای جغرافیدان اهمیت دارد، مطالعه و تأکید بر الگوها و ابعاد فضایی فرهنگ است که در چشم‌اندازهای فرهنگی نمود پیدا می‌کند.

روند تکوین و شکل‌گیری جغرافیای فرهنگی

کارل ساور طرح کلی نوین جغرافیای فرهنگی را ترسیم کرد که با آن دسته‌ای از عوامل فرهنگ مادی [فن‌آوری، چشم‌اندازهای فرهنگی، فرم‌ها، آثار معماری و...] که از طریق «استقرار، احاطه و تثبیت در سطح زمین» به ناحیه ویژگی و امتیاز می‌بخشند، سر و کار دارد. در مطالعات کارل ساور فعالیت‌ها، آثار [انسان‌ساخت] و عملکرد انسان در کانون توجه قرار داشت نه خود او.

جغرافیای اروپایی سهم عمده‌ای در کمک به محتوا و قلمرو جغرافیای فرهنگی

[در دوره شکل‌گیری اولیه] داشته است، به‌ویژه در پرداختن به پیشینه فرهنگی خودِ اروپا، اما عمدتاً بخشی از زیرمجموعهٔ جغرافیای انسانی عمومی یا [در رده‌ای پایین‌تر] شامل جغرافیای اجتماعی در نظر گرفته می‌شود.

مدل‌های برنامه ساور بیش‌تر «آلمانی» بودند. به‌ویژه آن‌که از اثر فردریک راتزل در بارهٔ اشاعهٔ فرهنگ و از اثر ادوارد هان در توسعه کشاورزی و مطالعات ناحیه‌ای متمرکز بر تاریخ اسکان بهره جست. جغرافیای فرهنگی به عنوان بخش وسیعی از جغرافیا در آلمان که نظریه مدرن فرهنگ در آن توسعه و تداوم یافته است، با جغرافیای فرهنگی آمریکایی به عنوان کانون مبادله تفکرات جغرافیایی هم‌معنی نیست و برابری نمی‌کند (شورای تحقیقات ملی، ۱۹۶۵). فقدان جغرافیای فرهنگی مشخص در بریتانیا و فرانسه تعجب‌آور نیست، زیرا در این کشورها از مفهوم فرهنگ کم‌تر استفاده می‌شود (آنچه ویدال دولابلاش از آن به «نحوهٔ زندگی» تعبیر می‌کند در مقام کاربرد ــ با مفاهیم فرهنگ ــ مشابه است لیکن شمولیت آن خیلی کم‌تر است).

محتوا و قلمرو با موضوعات مختلف جغرافیای فرهنگی

رشد و افزایش بهره‌برداری انسان از زیستگاه (بوم) تحت تأثیر مطالعه نحوه استفاده انسان از محیط زیستش، شامل به‌کارگیری ابزارها و وسایل ابتدایی، اهلی‌کردن حیوانات و بهره‌برداری از گیاهان و نحوه مصارف گوناگون تولیدات غذایی می‌شود. توسعه و پیشرفت انسان و اختراعات انسانی هر دو ابعاد جغرافیایی دارند که از وقایع خاصی که در مکان‌های خاص اتفاق می‌افتد، تشکیل شده‌اند.

توجه جغرافیدان به توزیع و آرایش فضایی پدیده‌ها و کیفیت بوم، او را واجد شرایط برای مشارکت در بازساخت گذشته و پیشینه بشر و فهم شرایط حال می‌کند. علاقهٔ جغرافیدان فرهنگی به گذشته، با پیدایش انسان آغاز می‌شود و با استفاده و به‌کارگیری از تجهیزات فرهنگی نوین به جستجو و کاوش خویش در محیط‌های جدید ادامه می‌دهد. (ساور، ۱۹۵۲)

تاریخ، جغرافیای فیزیکی (طبیعی)، باستان‌شناسی و مشاهدات منطقه‌ای، مواد اولیهٔ جدیدی را برای تحقیق در این زمینه فراهم می‌کنند. باستان‌شناسی و تاریخ که هر کدام محدودیت‌های خاص اطلاعاتی خود را دارد، به صورت منابع و اسناد ناقصی باقی خواهند ماند. جغرافیای فرهنگی اغلب سؤالاتی را مطرح می‌کند که به

ندرت می‌توان برای آن‌ها پاسخی ـ شایسته و درخور ـ پیدا کرد. بنابراین، بسیاری از فصول اولیه رشد بشریت نهایتاً نظریه‌پردازی‌هایی بیش نیستند که ممکن است غیر قابل اثبات باقی بمانند.

فرهنگ غیر مادی مانند زبان و مذهب

زبان موثق‌ترین ردیاب قومی محسوب می‌شود، زیرا انتخاب اختیاری کلمات از یک خزانهٔ وسیع، تکرار تصادفی را بعید می‌سازد. بعلاوه، زبان به عنوان ابزار و اثر گفتگو، سازنده و محصول انسجام گروهی و در نتیجه فرهنگی است. تحلیل زبان‌ها و پراکندگی آن‌ها معمولاً وظیفه متخصص [زبان‌شناسی] است اما از نتایج آن به طور گسترده‌ای در جغرافیا استفاده می‌شود. موضع‌نگاری (توپونیم) از اجزای سازنده زبانند که بسیار به جغرافیا نزدیک هستند.

مذهب نیز به عنوان یکی از شاخص‌های ماندگاری اقوام مختلف، یک نهاد اجتماعی با ساختار فضایی چشمگیر و شکل‌دهندهٔ چشم‌انداز فرهنگی است. جغرافیا با مذهب از جهات بسیاری سر و کار دارد که از توزیع مذاهب در نواحی مختلف گرفته تا ارائه جلوه‌ای از نظم و قانون در مناظر و چشم‌اندازهای مختلف را دربرمی‌گیرد.

منشأ و پراکندگی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها

گسترش فرهنگ به سادگی از طریق خصیصه‌های فرهنگی خاص قابل مطالعه است، اما اغلب، مجموعه کلی خصیصه‌های فرهنگی توسط مردمی قدرتمند و متنفذ به یکدیگر جوش خورده و به شکل نسبتاً یکسان و منسجمی در یک محدوده وسیع گسترش می‌یابد. ممکن است نوع زندگی یا تمدن از آغاز تا گسترش به پایگاه بزرگ‌تر، پیگیری شود تا این‌که نهایتاً به حدودش می‌رسد و توسط فرهنگ گسترده دیگر جایگزین یا جذب می‌شود.

رشد تمدن پوتامیک از جایگاهشان در بین‌النهرین، رشد ملت چین از مرکز فرهنگی‌اش در دره «وی» یا پیوند مجموعه اقتصادی ـ سیاسی مارکسیست به بدنه‌های فرهنگی مختلف طی پنجاه سال گذشته، موضوعات مناسبی برای چنین تحلیل‌هایی هستند.

جغرافیدانان به اَشکال مختلف فرهنگ را مورد بررسی قرار داده‌اند. برای مثال، تقسیم جهان به مناطق عمدهٔ فرهنگی (راسل و نیفن، ۱۹۵۱)، بررسی توسعه فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها، ترسیم نقشه نواحی کانونی و مرکز و پیرامونی یا حاشیه فرهنگ‌ها (مینیگ، ۱۹۶۵) و مطالعه جزایر فرهنگ.

ارزیابی فرهنگی محیط نظریه‌های مورد توجه جغرافیا، خود اغلب از ارزیابی‌های عمومی محیطی به دست می‌آیند. دگرگونی آن‌ها در گذر زمان نشان می‌دهد که آن‌ها نیز، هرچند به نحوی معقول، بخشی از فرهنگ متغیرند. آنچه انسان با منابع طبیعی انجام می‌دهد به فن‌آوری او، درک او از منابع طبیعی، جایگاهش در میان منابع و مجموعه‌ای از ارزش‌های مرتبط با حال و آینده او بستگی دارد. کلارنس گلاکن (۱۹۵۶) جایگاه انسان را در طبیعت، از نقطه‌نظر تغییرات تفکرات غربی در باره جهان قابل سکونت، بررسی کرده است. برداشت‌های غیر غربی آن‌گونه که تحت تأثیر نظریه‌های کیهان‌شناختی و تجربیات شکل‌گرفته و به زبان آمده‌اند نیز برای تفسیر الگوهای زندگی ضروری‌اند. (لونتال، ۱۹۶۱)

اهداف

هدف از این مطالعات یافتن جواب‌های واقعی به سؤالاتی در خصوص شکل‌گیری جوامع با فرهنگ‌ها و ویژگی‌های رفتاری متفاوت با استفاده از ویژگی فرهنگی خاص به عنوان شاخص مهاجرت و انتشار و نواحی فرهنگی که شکل داده‌اند، می‌باشد. البته ممکن است اهداف مطالعه در جغرافیای فرهنگی به صورت انتزاعی یا عینی، منفرد یا مجتمع دیده شود. بسیاری از سؤالات کلی جغرافیای فرهنگی، به مشتقات این الگوها بستگی دارد که در قالب‌ها و الگوهایی همچون محیط، کارکرد، فناوری، مکتب، آرایش الگوهای اولیه و پیشین و اختراعات و رویدادها، به طرق مختلف جستجو می‌شوند.

مکان و زمان در مطالعهٔ جغرافیا

در خصوص ویژگی ضرورت ترتیب و آرایش مکانی داده‌ها در جغرافیا باید گفت که نقشه، ابزار بصری مرتب‌سازی یا (آرایش فضایی پدیده‌ها) و داده‌ها بر حسب نظم و آرایش مکانی است. نقشه‌برداری توزیع ویژگی یا مجموعه فرهنگ توصیفی را تشکیل نمی‌دهد، بلکه به نظریه چگونگی ایجاد ویژگی فرهنگی منجر می‌شود.

همچنین از آن‌جا که ترتیب زمانی داده‌ها، لازمه مطالعه فرهنگ است، ماهیت و طبیعت محافظه‌کارانهٔ فرهنگ که حتی در فرایند تغییر، از مدل‌های اولیه تبعیت می‌کند، انسان را به مطالعه از طریق ردیابی تداومش تشویق می‌کند. اگر ابزاری در هر بُعدی از طراحی‌اش کاربردی نباشد، از لحاظ تکوینی و پیدایشی، از طریق ردیابی ریشه‌ها و حرکت‌هایش قابل توضیح است.

مجموعه روش‌های عمومی (روش مطالعه و تحقیق در جغرافیای فرهنگی بر پایهٔ اصول کلی مطالعات جغرافیایی است) توسط واگنر و مایکسل به صورت زیر خلاصه شد (۱۹۶۲): چه کسی؟ کجا؟ چه چیز؟ چطور؟ و چه وقت؟ مفاهیم فرهنگ به این سؤالات پاسخ می‌دهد. مفاهیم بر بخشی از تحقیقات اشاره دارد. بیش‌تر آن‌ها با ابعاد مفهومی به جای ابعاد هندسی سر و کار دارند. چون جغرافیای فرهنگی با طیف وسیع از پدیده‌ها سر و کار دارد، روش‌هایش بایستی متفاوت باشد.

نقش محیط فیزیکی (مادی)

جغرافیای فرهنگی با ارتباط انسان با محیط زیست طبیعی‌اش در هر سطحی از درک محیط مذکور سر و کار دارد. ساور در مطالعه انسان اولیه، بر ارزیابی تغییر محیطی و فرصت محیطی برای پر کردن خلأ در مدارک مؤخر تکیه داشت. از سوی دیگر، بدون توجه به محیط‌های فیزیکی که از طریق آن‌ها فرهنگ اشاعه می‌یابد، می‌توان پیوستگی و استمرار فرهنگ را در سطح زمین بررسی و ردیابی کرد، اگرچه برای تحقق این امر بایستی از بخشی از توضیحات ممکن چشم پوشید.

واکنش در برابر حتمیت‌گرایی محیطی (جبرگرایی محیطی: نظریه‌ای که معتقد است محل زندگی انسان، نوع زندگی‌اش را مشخص می‌کند) با جغرافیای نشئت گرفته از فرهنگ یکی شده تا سبب‌شناسی جغرافیای نوینی را که بر حتمیت‌گرایی فرهنگی تأکید می‌کند به وجود آورد (نظریه‌ای که به نقش فرهنگ در تضاد با نظریه نقش محیط تأکید می‌کند). یک جمله از حتمیت‌گرایی فرهنگی این است که فرهنگ تعیین‌کنندهٔ مفهوم محیط نزد انسان است [یعنی فرهنگ با نقش تعیین‌کنندهٔ خود، پدیده‌های جغرافیایی محیط را به خدمت می‌گیرد]. یک دیدگاه قوی‌تر معتقد است که درک انسان از محیط، همه آن چیزی است که در باب محیط طبیعی اهمیت دارد. از آن‌جا که ادراک تحت کنترلِ فرهنگ است، توضیح رفتار انسان نیز فرهنگی فرض

می‌شود. حتمیت‌گرایی فرهنگی، نظرات مفیدی در باره تداوم رشد فرهنگ ارائه می‌کند اما از لحاظ دلایل، کم‌تر موفق است (صورت ابتدایی که بدون آن، نتیجه متفاوتی حاصل خواهد شد). هر کس باید به خاطر داشته باشد که اولاً، ادراک از لحاظ تعریف، صرفاً یک توهم نیست (یعنی مستقل از محرک خارجی) و دوم، محیط ممکن است به اداره انسان در نوع درکش از نظم، پاسخ ندهد.

مشکلات انسان ـ طبیعت و فرهنگ ـ دوگانگی محیطی، گاهی اوقات با همدیگر قابل حلّند. اغلب انسان به عنوان بخشی از طبیعت قلمداد می‌شود. انسان، فرهنگ و محیط در زمین به عنوان یک عامل در نمای کلی شخصیت ناحیه‌ای فرض شده‌اند.

فرم و عقاید

مطالعات اندک جغرافیایی [فرهنگی] که اختصاصاً با فرم مرتبط با ایدئولوژی انسان سر و کار دارند، حاکی از آن است که انسان‌های بسیار متفاوت برای اهداف مشابه علنی، فرم‌های یکسانی برگزیده‌اند. بررسی اسکان اصلاح شده هلندی در میشیگان (جورکلوند، ۱۹۶۴)، نشان می‌دهد که چطور مهاجران به پشتیبانی از فرم‌های متداول آمریکایی، از فرم‌های قدیمی چشم پوشیدند، همچنین نشان می‌دهد که چطور فرم‌های چشم‌اندازهای آمریکایی هنوز با ایدئولوژی‌های قدیمی آن جامعه مطابقت دارند. اگر فرم‌های مشابه با ایدئولوژی‌های متفاوت، هماهنگ شوند به این نتیجه می‌رسیم که انسان‌های متفاوت، فرم را به عنوان کارکرد داخلی متفاوت برآورده‌کنندهٔ نیازها می‌بینند و به طرق مختلف نیازهای خود را برطرف می‌سازند.

ارتباط با دیگر حوزه‌های علمی

جغرافیای تاریخی بخشی از جغرافیاست که بسیار به جغرافیای فرهنگی نزدیک است. این دو یکدیگر را در جغرافیای تاریخی ـ فرهنگی تکمیل می‌کنند که در آن تاریخ، تبیین و تفسیر فرهنگ و نیز فرهنگ، مفهوم سازمانی برای موضوعات مهم جغرافیایی مورد علاقه در تاریخ را فراهم می‌آورد. اما جغرافیای تاریخی ممکن است به تنهایی بایستد و مستقل باشد زیرا اغلب در محدوده مفهوم فرهنگی قرار ندارد.

از سوی دیگر، فرهنگ همواره برای تبیین و تفسیر مفاهیم، به گذشته وابسته

است. جغرافیای اقتصادی و جغرافیای فرهنگی راه‌های جداگانه‌ای در پیش دارند، به‌طوری که یکی از آن‌ها عمدتاً برای توضیحاتش به قوانین اقتصادی وابسته است و دیگری به الگوهایی از گذشته متکی است. اما سیستم کلی قوانین اقتصادی ممکن است مجموعه فرهنگی پیچیده‌ای باشد که تا حدودی به طور تصادفی توسعه یافته و در لابلای تارهای غیر قابل فرار قانون جهانی گرفتار نیست. حتی در بازار اقتصادی، حضور فرهنگ در نوسان قیمت تأثیر دارد. داخل نهادهای جدید اقتصاد، محصولاتی تولید و منتشر می‌شوند که حاکی از ویژگی‌های فرهنگی آن‌هاست.

از طرف دیگر، قوانین اقتصادی مرتبط نیز لزوماً بخشی از تفاسیر فرهنگی‌اند. بنابراین جغرافیای فرهنگی و اقتصادی در دیدگاه‌های کلی از دو حوزه به یکدیگر ملحق شده‌اند.

جغرافیای سیاسی، مانند جغرافیای اقتصادی با نظم مستقلی که قوانین خاص خود را دارد و سیستمش کارکردهای عنوان شده را برآورده می‌کند، حمایت می‌شود. یک ملت نمایانگر یک عقیده است، ریشه و خاستگاهی داشته و قدرت، آن را تا فراسوی مرزهای سرزمین اشاعه داده است. عقیده کلی یک ملت، مفهوم فرهنگی است که خاستگاهی دارد و به نظر می‌رسد ــ این اعتقادات ــ در حال گسترش به سراسر مناطق سطح زمین است.

هر ملتی بسته به علایق جامعه، اغلب ویژگی‌های فرهنگی چون زبان ملی و مذهب را داراست. رفتار رأی‌دهندگان نیز الگوی مقاوم را در فرهنگ ناحیه‌ای نشان می‌دهد.

نظریه فرهنگ، چارچوبی ایجاد می‌کند که در آن سیستم‌های کارکردی انسان‌ساخت با جغرافیای فرهنگی موشکافانه متناسب است و حوزه‌هایی که با نظام‌های کاربردی سر و کار دارند، بخشی از فرهنگند که ممکن است با جغرافیای فرهنگی وسیع‌تر ترکیب شود که در آن مفهوم فرهنگ همواره بر یک ارتباط مناسب با زمان و مکان (فضای جغرافیایی) پافشاری می‌کند.

شاید درک مفاهیم فرهنگ و فرهنگ‌ها سریع‌ترین راه رسیدن به نقطه‌نظری است که کاملاً به وسیله فرهنگ محدود نمی‌شود و انسان می‌تواند فرهنگ خود را در دورنمایی ببیند. فرهنگ، میانجی‌ای شایسته در مطالعه‌ای است که نقطه حرکتش مقایسه مردمان و سرزمین‌های متفاوت است.

حوزه‌های فرهنگی جهان امروز[۱]

درگزارش طرح پژوهشی «تحلیل روش‌ها و شاخص‌های ارزیابی فرهنگ، هنر و ارتباطات در کشورهای مختلف جهان» که توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی صورت گرفته است، در بارهٔ حوزه‌های فرهنگی جهان امروز آمده است:

«با توجه به ماهیت پیچیده فرهنگ و تنوع اجزا و عناصر تشکیل دهندهٔ آن، تعیین حوزه‌های فرهنگی بسیار دشوار است. با این حال جتیس و فلمن (۱۹۸۸) با توجه به عواملی مانند موقعیت جغرافیایی، نژاد، دین و مذهب و برخی دیگر از خصوصیات فرهنگی، حوزه‌های فرهنگی جهان امروز را به ده حوزهٔ کلان به شرح ذیل تفکیک و طبقه‌بندی می‌کنند.

ـ حوزهٔ فرهنگی اسلامی که شامل کشورهای خاورمیانه، آفریقای شمالی، بخشی از صحرای آفریقا و قسمتی از آسیای میانه است. کشورهای مسلمان آسیای جنوب شرقی با توجه به موقعیت جغرافیایی، عامل نژاد و... خارج از این حوزه هستند.

ـ حوزهٔ فرهنگی اروپایی که شامل اروپای شمالی، غربی، جنوبی، مرکزی، بخشی از اروپای شرقی و گروئنلند است.

ـ حوزهٔ فرهنگی روسی ـ اسلاو که شامل کشورهای روسیه، اوکراین و بخشی از کشورهای اروپای شرقی و جنوب شرقی است.

ـ حوزهٔ فرهنگی آمریکای شمالی که شامل کشورهای کانادا و ایالات متحده آمریکاست.

ـ حوزهٔ فرهنگی آمریکای لاتین که شامل کشورهای آمریکای مرکزی و جنوبی است.

ـ حوزهٔ فرهنگی چینی ـ ژاپنی که بیش‌تر شامل کشورهای چین، ژاپن، کره شمالی و جنوبی است.

ـ حوزهٔ فرهنگی آفریقای سیاه که شامل کشورهای جنوب و مرکز آفریقاست.

ـ حوزهٔ فرهنگی هندی که شامل شبه قاره هند (کشورهای هند، بنگلادش و بخشی از پاکستان) است.

---

۱. سایت شورای‌عالی انقلاب فرهنگی.

ـ حوزهٔ فرهنگی آسیای جنوب شرقی که بیش‌تر شامل کشورهای اندونزی، مالزی، برونئی، سنگاپور، ویتنام، کامبوج و برمه است.
ـ حوزهٔ فرهنگی استرالیایی ـ اروپایی که شامل کشورهای استرالیا و زلاندنوست.

فرهنگ منطقه‌ای[1] یا فرهنگ‌های منطقه‌ای

فرهنگ‌های منطقه‌ای یا به عبارتی مجموعه‌های فرهنگی، برخاسته از پیوندهای قومی، جغرافیایی، مذهبی، زبانی یا تاریخی هستند که شرایط حوزه نفوذ، آن‌ها را فراتر از مرزهای جغرافیایی قرار داده است. (همان:۸۵) مثلاً وابستگی و پیوند فرهنگ‌های نوردیک و ژرمن احتمالاً معلول قرابت و مجاورت جغرافیایی این فرهنگ‌هاست. (همان:۸۵) عامل مذهب نیز نقش مهمی در این امر ایفا می‌کند.

هر حوزه نفوذ فرهنگی[2] دربرگیرنده رفتارها و مصنوعات، ارزش‌ها و باورها و فرضیات اساسی خاص خود است. هر حوزه راه‌حل خاص خود را برای مشکلات ناشی از تطابق بیرونی و انسجام درونی می‌طلبد. این راه‌حل‌های مختلف ممکن است با هم هماهنگ و یا در تضاد باشند. (همان:۸۰)

فرهنگ‌های منطقه‌ای به تفاوت‌های موجود درون کشورها (مثل سرزمین‌ها یا ایالات مختلف آلمان) و شباهت‌های موجود بین کشورها (مثل کشورهای اسکاندیناوی) اشاره می‌کنند. (همان:۸۰) شناخت فرهنگ‌های منطقه‌ای در درک موفقیت فعالیت به‌ویژه فعالیت فرهنگی حیاتی است.

همچنین تکامل فرهنگ‌های منطقه‌ای ممکن است عامل همگرایی یا واگرایی فرهنگی شود:

الف) عوامل درون مرزهای ملی: عوامل جغرافیایی، تاریخی، سیاسی و اقتصادی، زبان و مذهب موجب رشد و تکامل فرهنگ‌های منطقه‌ای شده‌اند. گاهی تقسیم کشور به دو بخش شرقی و غربی موجب بروز تفاوت‌های فرهنگی درون مرزهای جغرافیای کشورها می‌شود. (همان:۸۱) مانند تفاوت بین نیویورک و کالیفرنیا. در این حالت، «درون مرزهای جغرافیایی کشورها، پیوندهای قومی منطقه‌ای با هویت ملی به رقابت برمی‌خیزد.» (همان:۸۱)

---

1. Regional Culture 2. Culture Sphere of Inflwence

ب) عوامل بیرون مرزهای ملی: شباهت‌های میان فرهنگ‌ها موجب پیدایش فرهنگ‌های منطقه‌ای می‌شود که فراتر از مرزهای ملی هستند. (همان:۸۴) مثل زبان فارسی در مناطق جغرافیای ایران باستان.

نوردیک، خاور نزدیک، عرب، ژرمن، آنگلو، خاور دور، اروپای لاتین و آمریکای لاتین و کشورهای برزیل، ژاپن، اسرائیل و هند خارج از طبقه‌بندی اصلی فرهنگی و به عنوان کشورهای مستقل احتمالاً ناشی از میراث فرهنگی و تاریخی منحصربه‌فرد و خاص این کشورها هستند. همچنین ممکن است برخی مجموعه‌ها در کشورهای مختلف جهان پراکنده باشند. مانند «مردم نژاد آنگلوساکسون اگرچه در نقاط مختلف دنیا پراکنده‌اند (آمریکا، کانادا، انگلیس، استرالیا، زلاندنو و آفریقای جنوبی) اما به دلیل این‌که از میراث زبانی و تاریخی مشترکی برخوردارند، یک طبقه خاص فرهنگی با نام طبقه فرهنگی آنگلوساکسون را تشکیل می‌دهند.» (همان:۸۶)

اهمیت زبان فارسی در پیوستگی‌های فرهنگی کشورهای منطقه (فرهنگ منطقه‌ای)

ضرورت پاسداری از مواریث عظیم گذشتگان، حفظ و حمایت از دستاوردهای هزاران ساله ارتباطات تاریخی، فرهنگی، علمی، هنری و ادبی تمدن (ایرانی و اسلامی)، مسئولیتی خطیر به شمار می‌آید. در این میان، نگهداری و حراست از زبان فارسی در پیوستگی‌های فرهنگی کشورهای منطقه به عنوان پُل ارتباطی بین ده کشور جهان از جمله ایران، پاکستان، ترکیه، آذربایجان، قزاقستان، ترکمنستان، تاجیکستان، ازبکستان، قرقیزستان و افغانستان از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است.

تأثیر زبان و ادب فارسی و گسترش آن در کشورهای مختلف جهان به‌ویژه کشورهای شبه قاره از جمله هند، پاکستان، بنگلادش، سری‌لانکا و نپال و از سوی دیگر افغانستان و کشورهای آسیای میانه و قفقاز از جمله تاجیکستان، ازبکستان، ترکمنستان، قزاقستان، آذربایجان، ارمنستان، ترکیه و قیرقیزستان بسیار مشهود است و آثاری که به زبان فارسی در این کشورها تألیف شده به حدی بوده است که پس از سپری‌شدن چندین دهه از بازشناسی و معرفی این گنجینه‌های بسیار ارزشمند در زمینه‌های مختلف علوم و دانش بشری به‌ویژه در گستره ادبیات هنوز نمی‌توان به طور قطعی ابعاد این تأثیر و گسترش را مشخص کرد. (سید افسر علی‌شاه، ۱۳۸۵: سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی)

قاضی نذرالاسلام شاعر ملی بنگلادش، علامه اقبال از پاکستان، امیر خسرو دهلوی از هند، امیر علیشیر نوایی از افغانستان و ازبکستان و... از جمله شاعران و نویسندگان شاخصی هستند که از زبان فارسی به عنوان وسیله‌ای مؤثر و مهم برای عرضه اندیشه والای انسانی یاد کرده‌اند.

رودکی، فردوسی، فرخی، باباطاهر و دیگر شعرای ایرانی و غیر ایرانی از جمله عمر خیام، سعدی، حافظ، نظامی‌گنجوی، انوری، خاقانی، امیر خسرو، غالب، اقبال و... و همین‌طور نثرنگاران فارسی نقش پلی بین خاور و باختر را بازی کرده، در توسعه و پیشرفت زبان و ادبیات فارسی نقش مؤثری داشتند که این ارتباط نشانگر پیوندها و پیوستگی‌های در این منطقه به وسیله زبان فارسی است.

از سوی دیگر، زبان و ادب فارسی نقش گسترده‌ای در انتقال فرهنگ اسلام و ایران و همچنین شکوفایی تمدن اسلامی از قرون اولیه اسلامی تا عصر حاضر به عهده داشته است. «زبان فارسی قوی‌ترین وسیله برای ترویج دین مبین اسلام و عامل تهذیب اذهان اکثر مردم جهان شرق به‌ویژه ایران، ترکیه، آسیای مرکزی، افغانستان، پاکستان، هند و بنگلادش بوده است. این زبان شیرین محکم‌ترین نیروی دین و اخلاق و آداب و نیرومندترین پایهٔ اتحاد دینی و ارتباط فرهنگی اسلامی در این قسمت آسیا در طول تاریخ اسلام است و علوم قرآن و حدیث و فقه از زبان عربی به زبان فارسی ترجمه شده، به راحتی مورد تدریس مردم عمومی قرار می‌گرفت و می‌گیرد.» (همان)

همچنین در ارتباط با مهم‌ترین زمینهٔ پیوستگی‌های فرهنگی ایران و کشورهای منطقه، راه‌های ارتباطی بین مراکز تمدن‌های پیش از تاریخ مورد بررسی علمی قرار می‌گیرند. سندِ پاکستان از یک سو و بین‌النهرین در سوی دیگر ایران قرار داشت و به همین دلیل توانست مرکز عمدهٔ مبادلات فرهنگی و داد و ستدهای بازرگانی و گذرگاه اصلی مهاجرت‌های تاریخ‌ساز باشد. به بیان دیگر، می‌توان گفت که به دلایل کاملاً مشخص، همچون وجود بیابان‌های هولناک در ناحیهٔ مرکزی ایران و رشته‌کوه‌های سر به فلک کشیده در شمال و غرب آن، ناگزیر راه‌های ارتباطی این تمدن‌ها، دره‌ها و نواحی جلگه‌ای بودند که در طول آن‌ها استقرارهای پیش از تاریخی قرار داشتند. یکی از این راه‌های ارتباطی جاده بزرگ ابریشم بود که از چین به ایران می‌رفت و سپس به قاره اروپا متصل می‌شد. یکی دیگر از راه‌های مواصلاتی

مهم راهی بود که از شمال به طرف افغانستان می‌رفت. این راه در ناحیه تجن دو راه می‌شد. یکی به طرف دشت‌های ترکمنستان و دیگری به سمت جنوب بـه درون افغانستان کشیده می‌شد و از آن‌جا به سیستان و دره کابل و قندهار و سپس به درهٔ کویته پاکستان می‌رسید و سرانجام به دشت بزرگ سند می‌پیوست و در همه آن مسیرها زبان فارسی و ادبیات آن جریان داشت و وسیلهٔ پیوستگی فرهنگی بین ملل آسیایی می‌شد. به همین ترتیب، روی همین مسیرها تبادل فرهنگی و سرایت زبان فارسی و ادبیات آن از ایران به کشورهای مختلف به عمل آمد. (همان)

زبان فارسی یکی از زبان‌های عمدهٔ جهان است که گذشته از مزایای بـی‌شمار ادبی و هنری رهگشای گسترش اسلام بوده است. طبق شواهد تاریخی، حتی در عهد هخامنشیان و ساسانیان زبان و ادبیات فارسی قدیم در خارج از مرزهای کشور ایران نفوذ داشت. پس از ظهور اسلام سلسله‌هایی که در زمان خلافت بنی‌عباس در ایران تشکیل شد موجب پیشرفت زبان فارسی شد.

برخی از کشورها و یا شهرها به سبب وجود فعالیت‌هایی تأثیر فوق‌العاده‌ای بر شهرها و کشورهای اطراف خود داشته و به نوعی مرکزیت یافته‌اند. یونان باستان و تأثیر فلاسفه بزرگ آن بر جهان از گذشته‌های دور تا کـنون، ایـران بـاستان و تأثـیر فرهنگ و هنر آن حتی بر اشغالگران مانند دوران اشغال ایران از سوی اسکندر و یا مغول بعد از اسلام، حضور پیامبر گرامی اسلام(ص) در شبه جزیره عربستان و تأثیر این حضور در سرتاسر جهان و در مقیاسی دیگر حضور علما و دانشمندان در برخی شهرهای ایـران و ایـجاد دانشگـاه‌ها، مـدارس و پـایگاه‌های عـلمی نـمونه‌هایی از جغرافیای فرهنگی است.

کوتاه سخن این‌که، جغرافیای فرهنگی علاوه بر مکان، زمان را هم دربرمی‌گیرد. حوزه نفوذ و دایره تأثیر فرهنگ، جان و روح انسان‌هاست و همین، گستردگی و در عین حال، حساسیت این جغرافیا را عیان می‌کند. جغرافیای فرهنگی نژاد، زبان و حـتی دین انسان‌ها را درمی‌نوردد و قادر است چتری به اندازه همه انسان‌های گذشته، حال و آینده بگستراند و سایه‌اش را بر همه رهگـذران بـیندازد. گسـتردگی و حـوزه نـفوذ فعالیت‌های فرهنگی در جهان امروز که با تکنولوژی با سرعت غیر قابل پیش‌بینی و مهارناشدنی آمیخته شده، ضرورت تجهیز به دانایی و توانایی را نه تنها گوشزد، بلکه فریاد می‌کشد. غفلت از دانایی و تـوانـایی و نـادیده انگـاشتن آن در فـعالیت‌های

فرهنگی جرمی نابخشودنی و حرکت بر مسیری بی‌سرانجام است. البته باید به این نکته نیز توجه کرد که حوزه نفوذ و دایره تأثیرگذاری یک مرکز فرهنگی که آن را به عنوان جغرافیای فرهنگی می‌شناسیم، به چند عامل بستگی دارد: ۱. میزان و تعداد فعالیت‌های انجام شده، ۲. نوع و ماهیت فعالیت‌ها، ۳. میزان آگاهی مجریان و کارگزاران.

پدیده‌های فرهنگی فراملی برای همگرایی

اندیشمندانی با نگاهی کارکردگرایانه به روابط بین‌الملل و نقش فرهنگ در این عرصه فعال هستند که از اندیشه این گروه به عنوان نظریه همگرایی نام می‌برند؛ کارل دویچ و ارنست هاس از جمله این نظریه‌پردازانند. در این‌جا هدف، شرح و بسط و بررسی این نظریه نیست، بلکه به‌طور کلی نگاهی به برداشت این نظریه با توجه به اهمیت موضوعات فرهنگی در همگرایی خواهیم داشت. «در نظریهٔ همگرایی، دانشمندان به دنبال توضیح شرایط و عواملی هستند که بر مبنای آن‌ها امکان از بین رفتن مرزهای سیاسی و دیوارهای حاکمیت مطلق دولت‌های ملی فراهم می‌آید و موجودات سیاسی جدیدی که پاره‌ای از اختیارات و صلاحیت‌های دولت‌های ملی به آن‌ها تفویض شده شکل می‌گیرند. در این نظریه، وضعیت‌ها و ضرورت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی‌ای تشریح می‌شود که نشان می‌دهند نیازهای جدیدی ظهور و بروز یافته‌اند که دولت‌های ملی توان برآورده ساختن آن‌ها را ندارند. لذا زمینه به وجود آمدن نهادها و تشکل‌های فراملی پدید می‌آید که توان و امکان برآورده ساختن نیازهای تازه را داشته باشند. این نهادها پایه و اساس هویت‌های سیاسی جدیدی هستند که دولت‌های ملی به طور داوطلبانه بخشی از اختیارات و صلاحیت‌های خود را به آن‌ها تفویض می‌کنند. در حقیقت، فرآیند همگرایی از پیدایش نیازهای جدید آغاز می‌شود؛ نیازهای جدیدی که موجب می‌گردند وفاداری انسان نسبت به دولت‌های ملی کمرنگ شده و به سوی نهادهای فراملی سوق داده شود.» (سلیمی، ۱۳۷۹:۷۸ ـ ۷۹)

به اعتقاد اکثر نظریه‌پردازان، همگرایی ارتباطات و تبادل فرهنگی از مهم‌ترین کارکردهایی است که ممکن است زمینه‌ساز همگرایی منطقه‌ای و جهانی شود و با گسترش ارتباطات فرهنگی نیاز به همفکری و تبادل نظر بیش‌تر ضرورت پیدا

می‌کند. تمایل و علاقه‌مندی ملت‌ها به فرهنگ‌های یکدیگر باعث فروریزی دیوار میان آن‌ها می‌شود و بستر همکاری‌های نوین فرهنگی پدید می‌آید و این نکته نشانگر نقش، جایگاه و اهمیت فرهنگ در گسترش همکاری و همفکری بین‌المللی و نیز زمینه‌سازی برای همگرایی ملت‌هاست.

در دوران کنونی، شمار درخور توجهی از پدیده‌های فرهنگی جنبه فراملی دارند و بازتاب موقعیت‌هایی هستند که کمابیش در همه دنیا به گونه‌ای مشابه تجلی می‌یابند. به بیان دیگر، برخی از جریان‌های فرهنگی فراسوی یک کشور، یک حوزه وسیع جغرافیایی، یا حتی یک قاره سر برمی‌آورند. برخی از این جریان‌ها جنبه فرهنگی دارند و برخی دیگر در بین چند حوزه فرهنگی و جغرافیایی حرکت می‌کنند؛ مانند تحولی که در موقعیت ادیان صورت می‌گیرد یا پذیرش برخی الگوهای فرهنگی در مقیاس جهانی. (پهلوان، ۱۶۵:۱۳۷۸ ـ ۱۶۶)

بایسته‌های همگرایی اروپا به تبع میراث‌های مشترک فرهنگی ـ تاریخی‌ای است که ریشه این مشترکات را باید در سه عامل تمدن یونانی، تمدن روم و مسیحیت جست. تأثیرات این عوامل در نهادسازی و نظامات در غرب و شکل‌گیری یک الگوی زندگی آنچه در اروپا و غرب می‌گذرد، است و افزون بر این میراث مشترک، آنچه در دوران معاصر به روند همگرایی اروپایی سرعت بخشیده است، پیشرفت‌های علمی و صنعتی در کنار توسعه ارتباطات بود که موجب تغییرات فرهنگی و نوعی یکنواختی در سبک و سیاق زندگی اروپاییان شده است. حرکت علمی که نقطه آغاز آن رنسانس بود در مسیر خویش تا سیطره جریان علم‌گرایی یا سیانتیسم[1] بر اروپای پس از جنگ جهانی دوم، با تغییر و تحولات عدیده‌ای مواجه شد که شمه‌ای کلی از این دگردیسی را می‌توان این‌گونه ترسیم کرد:

اومانیسم ←── خردگرایی ←── پوزیتیویسم ←── علم‌گرایی ←── نئوپوزیتیویسم

(نقیب‌زاده، پاییز ۱۳۸۳)

نمونهٔ دیگر این همگرایی آسیای مرکزی است که در گذشتهٔ دور در مسیر جاده ابریشم قرار داشت و از مزایای ایجاد ارتباط میان تمدن‌های شرق و غرب جهان برخوردار بود. با ورود اسلام به ماوراءالنهر از قرن اول هجری، این منطقه به یکی از

---

1. Scientism

کانون‌های تمدن ایرانی ـ اسلامی تبدیل شد. هرچند انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ مقدمه‌ای بر گسست تاریخی این منطقه با میراث ارزشمند تاریخی خود بود، ولی نفوذ قدرتمند این میراث گرانقدر، حفظ آن را در برابر تندبادهای تبلیغات بلشویسم برای نابود کردن فرهنگ ایرانی ـ اسلامی به همراه داشت. برخلاف سلطه هفتاد ساله کمونیسم و سیاست‌های یکسان‌سازی فرهنگی دوران اتحاد شوروی، جمهوری‌های آسیای مرکزی همچنان از میراث فرهنگی یکپارچه با جهان ایرانی ـ اسلامی برخوردارند. در پی فروپاشی اتحاد شوروی، ایران فرصت‌های مهمی برای توسعه ارتباط فرهنگی با این جوامع به دست آورد. (کولایی، ۱۳۸۶:۶۳۶)

نگاهی به تاریخ و جغرافیای تمدن جهان باستان و ایران

در تاریخ تمدن جهان باستان، چهار تمدن ایران باستان، مصر باستان، یونان باستان و بین‌النهرین باستان به وضوح از هم قابل تفکیک هستند.

بین‌النهرین ناحیه‌ای در آسیای غربی در امتداد رودهای دجله و فرات و بین آن‌هاست که از جنوب به شمال از خلیج فارس تا کوه‌های ارمنستان و از شرق به غرب از فلات ایران تا بیابان شام امتداد دارد.

از نواحی کوهستانی شمالی مسیر دجله و فرات به طرف جنوب از شیب این ناحیه می‌کاهد و بعد به دشت‌های سبز مرکزی بین‌النهرین می‌رسد که زمانی به علت وجود شبکه بسیار وسیع آبیاری بسیار حاصلخیز بوده است؛ این دو رود در جنوب به یکدیگر می‌پیوندند و اروند رود و دلتای آن را می‌سازند.

قسمت جنوبی بین‌النهرین مهد تمدن بشر بوده است و از این جهت حتی بر مصر نیز تقدم دارد. در همین‌جاست که شهرهای اریدو، اور، لارسا، لاگاش، نیپو، اکد و بابل پیدایش یافت.

تمدن در این ناحیه در هزاره چهارم قبل از میلاد مسیح استقرار یافته و تا پیش از قرن هجدهم قبل از میلاد جز دوره‌های موقت، بین‌النهرین مرکب از کشورهای بسیار بود که بیش‌تر آن‌ها در جنگ‌های حمدایی از بین رفتند و سرانجام دو دولت آشور در بین‌النهرین علیا و بابل در بین‌النهرین سفلی، که تمدن مشترکی داشتند، به وجود آمدند. پس از تصرف به دست هخامنشیان در ۵۳۹ قبل از میلاد به عنوان یک واحد سیاسی از بین رفت ولی اهمیت فرهنگی و اقتصادی آن باقی ماند.

سلسلهٔ هخامنشی در ۲۳۱ ق.م به دست اسکندر مقدونی منقرض شد و پس از سلوکیان و اشکانیان به تصرف ساسانیان درآمد و با حمله مسلمانان به ایران، بین‌النهرین و ایران جزء سرزمین‌های خلافت اسلامی شد.

حوزهٔ جغرافیایی فرهنگی ایران باستان محدوده‌ای از خاورمیانه بود که مصر، شام، آسیای صغیر، میانرودان و ایران تاریخی ـ شامل افغانستان، تاجیکستان، ترکمنستان و بخش جنوبی ازبکستان ـ آن را دربرمی‌گرفت.

ایران بر سر چهارراه تمدنی واقع شده است که از طرف شمال ارتدکس روسی، از جنوب عرب ـ اسلامی و خاورمیانه عربی ـ اسلامی، از شرق هندوئیسم ـ اسلامی و از غرب تمدن غرب آن را احاطه کرده و از نظر تمدنی در یک جغرافیای برجسته تمدنی قرار داده است. (فیاض، ۱۳۷۷:۱۱۷)

ایران دارای یک تمدن بین‌التمدنی است، یعنی این‌که تمدن ایران چه قبل از اسلام و چه بعد از اسلام حالت ترانزیتی داشته است و این حالت ترانزیتی بر تمامی شئون ایران تأثیر داشته و به ایران فرهنگی عشایری و کوچ‌نشینی داده است. (همان:۱۲۰)

ایران کشور و تمدنی بسیار پیچیده و شگفت‌انگیز و با تاریخی بسیار درخشان و طولانی است. از اولین مکان‌هایی است که بشر زندگی دسته‌جمعی را بنا نهاد و شهرها و بناهای درخشان را به وجود آورد. کشوری در چهارراه تمدن‌های بزرگ بشری، از یک سو هم‌مرز با هند و از سویی دیگر از سمت شمال شرقی و آسیای میانه در مراوده‌ای دائمی با فرهنگ و تمدن بزرگ چین. از سمت غرب هم‌مرز با یونان و امپراتوری روم شرقی، از سمت شمال در مراوده و مواجهه‌ای دائمی با روس‌ها و از سمت جنوب نیز اعراب؛ اعرابی که با معرفی اسلام به ایران‌زمین، نقشی مهم و چشمگیر در تکامل فرهنگ ایرانی ـ اسلامی ایفا کردند.

قدرت فرهنگی ایران

شاید شگفت‌انگیزترین ویژگی ایرانی، بقای فرهنگ خاص آن باشد. فرهنگی که با تکامل و تغییرات آن، از دیرباز تا به امروز ادامه یافته است و در برهه‌هایی از زمان، درخشان‌ترین محصولات تمدنی را به بشریت عرضه داشته است.

ایران و تمدن ایرانی از دوران باستان زاینده فلسفه‌ها و مکتب‌های بزرگ

فرهنگی، فلسفی و ادبی بوده است و به صورت مداوم با تمدن‌های دیگر در تعامل بوده و این تعامل موجب شکوفایی خود این تمدن و دیگر تمدن‌ها شده است.

پروفسور آربری در بارهٔ میزان تأثیرگذاری عناصر فرهنگ ایرانی بر اروپا چنین می‌نویسد: «تحقیقات دانشمندان امروزی رفته‌رفته ثابت می‌کند که ریشهٔ اصلی بسیاری از اصول مربوط به طرز فکر و ادبیات اروپایی در حقیقت از ایران آب می‌خورده است. نفوذ فلسفه معنوی بدون شک اهمیت بسزایی داشته و راه‌های دیگری نیز در این زمینه باز بوده و مورد استفاده قرار گرفته است. مثلاً خیلی جالب است به این نکته توجه شود که آیین جوانمردی و روح شوالیه‌گری با آن اصول عشق مؤدبانه و درباریسند که آن‌قدر در نجات تمدن اروپایی از انکساف کلی مؤثر بوده تا حدی ریشه اصلی‌اش از ایران گرفته شده است.» (مقداد مهرابی، سایت تخصصی مطالعات ارتباطات و فناوری اطلاعات)

ایران چون در مسیر راه شرق و غرب واقع شده، توانسته است در پناه ثبات اقتصادی و سیاسی به شکوفایی فرهنگی نیز برسد و همچنین با ترکیب‌های مختلف تمدن شرق و غرب به نظریه‌های بزرگ فلسفی و تمدنی دست یابد و مرکز شکوفایی تمدن شود (هم قبل از اسلام و هم بعد از اسلام). (فیاض، ۱۲۴:۱۳۷۷) طرح اولین قانون‌های همگانی، ایجاد اولین رواج گسترده پول، پایه‌گذاری اولین حکومت یکپارچه چندفرهنگی، ساختن اولین جاده‌های ارتباطی و به‌کارگیری اولین سیستم اتصالی (پست) از نمونه‌های الگوی پیشرفت در جهان باستان در این سرزمین است.

در دوران معاصر نیز در عصر طلایی قرن نوزدهم بود که ادبیات ایران به اروپا شناسانده شد. در این قرن تقریباً تمام آثار بزرگ ادبیات ایران به زبان‌های اروپایی به صورت منظوم یا منثور ترجمه شد. و بیش از هر زمان دیگری اروپاییان از اشعار ایرانی الهام گرفتند. در آثار گوته،[1] ویکتور هوگو، نیچه، پوشکین، لامارتین، لرد بایرن، شلی، امرسون، ادگار آلن‌پو، ژاک روسو، آندره ژید، لئوپاردی، مانتسونی و بسیاری دیگر حضور فرهنگ ایرانی و تأثیر اشعار شاعران ایرانی دیده می‌شود. از آثاری که تحت تأثیر ادبیات و فرهنگ ایرانی به شهرت دست یافتند می‌توان به دیوان شرقی و غربی گوته، لاله رخ سر توماس مور،[2] رستم و سهراب روکرت[3] و ماتیو

1. Goethe 2. Sir Thomas More 3. Rokert

آرنولد[1] اشاره کرد. (مقداد مهرابی، سایت تخصصی مطالعات ارتباطات و فناوری اطلاعات)

برجسته‌ترین دانشمندان جهان اسلام مانند ابن سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی (ابداع‌کننده محاسبات جبری) و... و معروف‌ترین چهره‌های اسلامی از بطن فرهنگ ایرانی ـ اسلامی سر برآورده، پیشگام علم و دانش در جهان اسلام شدند.

بعضی از اندیشمندان و مورخان غربی معتقدند که ایرانی‌ها باعث شدند اسلام از حالت یک دین مختص به اعراب خارج شود، چرا که حکومت امویان و رفتار خلفای راشدین، بجز امام علی(ع)، کاملاً بر برتری اعراب بر سایر مسلمانان غیر عرب تأکید داشتند. ایرانی‌ها باعث شدند که اسلام به معنای کامل خود، تبدیل به جهانی چندفرهنگی گردد که همه اقوام و ملیت‌ها می‌توانستند در آن به ترقی و تعالی برسند.

فرهنگ ایرانی به سبب تاریخ کهن و ویژگی‌های پربار و غنی ادبی و موقعیت خاص جغرافیایی، سیاسی و مذهبی دارای توان بالقوهٔ فراوانی برای حضور در عرصه جهانی و ارائهٔ ویژگی‌های فرهنگی‌اش است. فرهنگ ایرانی دارای عناصر فرهنگی توانمند بسیاری از قبل از ظهور اسلام و سنت هخامنشیان تا تأثیر این دین الهی بر بزرگان و صاحبان اندیشهٔ ادب برای حضور در عرصه جهانی است.

رنه گروسه نیز در مقاله «روح ایران و خلقیات ایران» ضمن اشاره به ویژگی‌های این تمدن کهن (ایران) بیان می‌کند: «ادبیات ایران با الهام از آرمان‌های عظیم انسانی و با مداومت [مردمان] این سرزمین در زندگی معنوی، همانند ادبیات یونان و روم دارای ارزش جهانی است و از ویژگی والای انسانی برخوردار است. به لطف افکار و اشعار ایرانی، متفاوت‌ترین نژادها با یکدیگر متحد شده‌اند و به همزیستی مسالمت‌آمیز درکنار هم ادامه می‌دهند... در این هنگام که یونسکو برای نجات دنیا از جدال و خشم و کینه، دست نیاز به سوی تمام انسان‌ها و اقوام نیک‌اندیش و خیرخواه دراز کرده است، تمدن ایرانی می‌تواند برای این سازمان نمونه‌ای تاریخی باشد و نیروی بالقوه عظیمی را جهت اقدامی همگانی بسیج کند. (مقداد مهرابی، سایت تخصصی مطالعات ارتباطات و فناوری اطلاعات)

---

1. Mathew Arnold

سهم فرهنگ ایرانی در تمدن جهانی[۱]

تمدن ایران، فرهنگ اقوام ایران، یکی از تمدن‌های عمدهٔ جهان قدیم بوده و با تمدن‌های مهمی چون تمدن‌های برخاسته از بین‌النهرین، تمدن چین، تمدن مصر، تمدن یهود و تمدن روم برابری می‌کرده است.

۱. قدمت فرهنگ و تمدن ایران به حدود هفت هزار سال پیش می‌رسد.

۲. از غرایب آن‌که به‌رغم تلاطمات روزگار و حملات و غلبه مقدونیان، اعراب و بعداً قبایل مختلف ترکان، مغولان و تیموریان نوعی «پیوستگی و تداوم» در فرهنگ و تمدن ایران دیده می‌شود و، به عبارت دیگر، برخی از ویژگی‌های عمده ایرانی‌اش را در خلال قرون و اعصار حفظ کرده است.

۳. موقعیت جغرافیایی ایران چنان بوده که در محل عبور و ارتباط اقوام و ملل مختلفی از شرق و غرب قرار گرفته و به یک اعتبار نقش پیوندبخش میان تمدن‌های مختلف را ایفا می‌کرده است.

۴. هرودت، پدر تاریخ، می‌گفت که ایرانیان آداب و رسوم بیگانه را با آغوش باز پذیرا می‌شوند و به محض آشنایی با دستاوردهای نفیس بیگانگان آنان را از آن خود می‌کنند و، به عبارت دیگر، «صبغه ایرانی» بر آن‌ها می‌زنند. بناهای تخت جمشید گواه روشنی از این قدرت تألیف و ترکیب اسلوب‌های گوناگون معماری، پیکرتراشی و حجاری است. هنرمندان لیدیایی، یونانی و مصری در بنای تخت جمشید، تحت سرپرستی ایرانیان سهیم بوده‌اند.

۵. با آن‌که ایرانیان در بعضی از ادوار تاریخ خود به گرد تعصب افراطی گردیدند اما رنه گروسه فرانسوی حق دارد که بگوید: «... در مجموع تمدن ایرانی، تمدنی است که عمیقاً بر اصول انسانی مبتنی است.»

۶. ایران و اقوام ایرانی هیچ‌گاه از عواطف دینی تهی نبوده‌اند. اقوام ایرانی با اسلام و خصوصاً تشیع به دین تازه‌ای روی می‌آورند که قرن‌ها بعد، شور و شعف دینی ایرانیان را در پیروی از ادبیات الهی، جهانی و انسانی می‌توان به وضوح مشاهده کرد.

۷. زبان فارسی دری که سوابق آن‌ها را در کتیبه‌های فارسی باستان و آثار بازمانده از فارسی میانه باید جست، نقش مهمی در همه آسیا ایفا کرده است، هرچند امروزه

---

۱. با دخل و تصرف از: احسان‌الله محمدی، «سهم فرهنگ ایرانی در تمدن جهانی»، روزنامهٔ رسالت، شماره ۶۳۲۲، ۸۶/۹/۲۸، صفحه ۵ (فرهنگی).

قلیلی از کشورها زبان فارسی را به عنوان زبان رسمی پذیرا شده‌اند، اما در گذشته زبان فارسی تا شبه قاره هند و مرز چین و ماوراءالنهر و ترکیه و حتی بالکان گسترش و نفوذ داشته و وسیله‌ای مهم برای ارتباط فرهنگی میان ملل متعدد خاورزمین بوده است.

۸. ویژگی دیگر اقوام ایرانی و فرهنگ ایران را باید در لطافت، ظرافت و غنای آثار هنری و ادبی آن سرزمین سراغ گرفت. در عرصه ادبیات، شعرای ایران چون سعدی، حافظ و مولوی و در عرصه هنر هم تأثیر ایرانیان را از باغکاری تا قالیبافی، نقاشی، مینیاتور، سفالگری، کاشیکاری، صنایع فلزی، انواع هنرهای تزئینی، موسیقی و بسا هنرهای دیگر، که مورد تجلیل و تکریم ملل دیگر بوده‌اند، می‌توان دید.

۹. در زمان امپراتوری هخامنشیان، ایرانیان اولین تشکیلات استوار و کارآمد را برای خبرگیری، پست و چاپار، راهسازی، رواج سکه و پول به وجود آوردند. در آن دوران، ایرانیان اصل را بر احترام به عقاید و آیین‌های ملل دیگر گذاردند.

۱۰. در تمدن آیین محمدی نقش بسیار مهم اقوام ایرانی در همه شئون دیوانی، اداری، علمی، ادبی و فرهنگ تا پایان عصر عباسیان قابل لمس است. علمایی چون محمدبن موسوی خوارزمی، زکریای رازی، ابوریحان بیرونی، ابن سینا و امثال آنان در رشته‌های مهم علمی چون شیمی، طب، جغرافیا، هیئت و ریاضی سرآمد روزگار شدند.

۱۱. با افول دولت عربی عباسی، تنها مرحله عربی تمدن آیین محمدی به پایان رسید و از حدود قرون یازدهم تا دوازدهم میلادی مشعل تمدن آیین محمدی به دست اقوام ایرانی افتاد و تا قرون شانزدهم، هفدهم و هجدهم میلادی، تمدن آیین محمدی با درخشش خاص در ایران ادامه یافت و آثاری پایدار و ارجمند به تمدن جهانی اهدا کرد.

۱۲. درهای تمدن اقوام ایرانی به خلاف آن‌که بعضی افراد متعصب افراطی یا کوتاه‌اندیش تصور کرده‌اند، از ابتدا به روی تمدن‌های شرق و غرب باز بودند و نوعی جهان‌گرایی را در فرهنگ ایران می‌توان سراغ گرفت. معضلی به نام غرب‌زدگی در فرهنگ و تمدن اقوام ایرانی وجود نداشت و اقوام ایرانی، دستاوردهای تمدن‌های دیگر مثل کاغذ چین یا پارچه را اگر می‌گرفت، رنگ خاص خود را به آن می‌زد، یعنی به تسخیر تمدن دست می‌یافت بدون آن‌که مسخر تمدن این و آن شود. حتی یونانیان و اعوانشان که قرن‌ها بر اقوام ایرانی حکومت کردند، نتوانستند قوم ایرانی را یونانی کنند، بلکه اسکندر در برابر فرهنگ قوم ایران ناچار به کرنش شد.

مناطق فرهنگی در تمدن اسلامی[۱]

غالباً عبارت‌های اسلام عربی، اسلام ایرانی و اسلام ترکی شنیده می‌شود؛ گویا سه نوع اسلام وجود دارد، در حالی که در واقع تنها یک نوع اسلام وجود دارد که بر ویژگی‌های قومی، زبانی و فرهنگی اقوام مختلفی که هر یک از آن‌ها بخشی از امت اسلامی را تشکیل می‌دهند، چیره شده و حوزه‌های مختلف فرهنگی جهان اسلام را به شرح زیر به وجود آورده است:

نخستین حوزهٔ فرهنگی جهان اسلام، حوزهٔ عربی است که منطقه‌ای از عراق و خلیج فارس تا موریتانی را دربرمی‌گیرد. برخلاف تصور بسیاری در غرب، جهان عرب برابر با جهان اسلام نیست و جمعیت دویست و بیست میلیونی اعراب کم‌تر از یک‌پنجم جمعیت مسلمانان را تشکیل می‌دهد. اما از آن نظر که پیامبر اسلام عرب بود و نخستین جامعهٔ اسلامی در عربستان تشکیل شد، این تصور وجود دارد.

حوزهٔ ایرانی که ساکنان آن پس از اعراب اسلام آوردند و در یک جامعهٔ مشترک با آنان تمدن اسلامی را شکل دادند. این حوزه شامل قلمرو ایران کنونی، افغانستان، تاجیکستان و چند شهر ازبکستان کنونی است.

حوزهٔ آفریقای سیاه که با حضور بلال حبشی (نخستین مؤذن اسلام) شکل گرفت، منطقهٔ وسیعی از مناطق کوهستانی اتیوپی تا مالی و سنگال را دربرمی‌گیرد.

حوزهٔ ترک‌زبان که دربرگیرندهٔ اقوامی است که به زبان‌های گروه آلتایی سخن می‌گویند. این اقوام بیش از ۱۵۰ میلیون نفر هستند که در منطقهٔ وسیعی از مقدونیه تا سیبری زندگی می‌کنند. این گروه قومی ـ زبانی، از نظر جغرافیایی، بزرگ‌ترین گروه در جهان اسلام است.

عامل اصلی گسترش اسلام در شبه قارهٔ هند گروه‌های صوفی بودند. این حوزه شامل پاکستان، بنگلادش، مسلمانان هند و نپال و جامعهٔ مسلمان سری‌لانکا، در مجموع با جمعیت چهارصد میلیون نفری بیش از چهار حوزهٔ پیش جمعیت دارد.

حوزهٔ مالزی که در جنوب شرق آسیا قرار دارد با جمعیت بیش از ۲۲۰ میلیون نفر همچون آفریقا و شبه قارهٔ هند، تحت تأثیر تصوف اسلامی قرار دارد.

---

۱. با دخل و تصرف از: سید حسن نصر، «مناطق فرهنگی در تمدن اسلامی»، سایت رایزنی فرهنگی ج. ا. ایران در مسکو، ۱۳۸۵.

پس از شش حوزهٔ فرهنگ اسلامی ذکر شده، حوزه‌های چین و جامعهٔ اسلامی اروپا و آمریکا قرار می‌گیرند.

تمدن اسلامی و محدوده تاریخی و جغرافیایی آن

تمدن اسلامی یا آنچه بعضی به اشتباه تمدن عرب می‌نامند نامی است که در قرون وسطی به تمدن شرق اطلاق می‌شد. تمدن اسلامی تمدن یک ملت یا نژاد خاص نیست، بلکه مقصود، تمدن ملت‌های اسلامی است که عرب‌ها، ایرانیان، ترک‌ها و دیگران را شامل می‌شود، که به وسیله دین رسمی یعنی اسلام و زبان علمی و ادبی یعنی عربی با یکدیگر متحد شدند. این تمدن با هنر ایرانی و رومی و سایر جوامع ترکیب شده و تمدنی به نام تمدن اسلامی به‌وجود آورده است. این تمدن به درجه‌ای از عظمت و کمال و پهناوری است که آگاهی از همه جنبه‌های آن و احاطه بر همه انحای آن کاری بس دشوار است. با پیدایش اسلام و انتشار سریع و گسترده آن در میان اقوام و ملل و جلب و جذب فرهنگ‌های گوناگون بشری بنای مستحکم و عظیمی از فرهنگ و تمدن انسان پایه‌گذاری شد که در ایجاد آن ملل و نژادهای مختلفی سهیم بودند. این ملل با ارزش‌ها و ملاک‌های نوین اسلامی موفق به ایجاد تمدنی شدند که بدان تمدن اسلامی گفته می‌شود. (جدیدبناب، «جستاری در فرهنگ و تمدن اسلامی»، سایت سازمان تبلیغات اسلامی) منظور از تمدن اسلامی آغاز دعوت اسلامی و پیدایش اسلام در قرن هفتم میلادی است و مرکز این تمدن درخشان شهر بغداد در سال‌های ۷۵۰ـ۱۲۵۸ میلادی و به روزگار خلافت امویان در اندلس در سال‌های ۷۵۵ـ۱۴۹۲ میلادی بود.

نگاهی به تاریخ اسلامی و چگونگی گسترش اسلام در جهان نشانگر این موضوع است که اسلام در طول چند قرن بر بیش‌تر سرزمین‌های آباد آن روز جهان مسلط شد و قسمت اعظم آسیا، آفریقا و قسمتی از اروپا را تحت سلطه و اقتدار خود درآورد. (قربانی، ۱۳۷۴:۱۸) در مرکز از عراق، ایران، افغانستان و در شرق تا چین و هند امتداد داشت. از جانب شمال شرقی تا سمرقند و بخارا و خوارزم تا کوه‌های فرغانه را شامل می‌شد. (همان:۱۷) این مناطق با فرهنگ و دین مشترکی به هم وصل شده بودند و ساکنان آن خود را عضو تمدن واحد و وسیعی می‌دانستند که مرکز روحانی و مذهبی آن مکه و مرکز فرهنگی و سیاسی‌اش بغداد بود. (همان:۱۶)

اسلام بیش از همه تمدن‌ها به علم و دانش اهمیت داده و در قرآن کریم به صراحت نه تنها به علم و دانش بلکه به حکمت که ثمره علم و دانش است پرداخته و پیامبر اسلام(ص) نیز یادگیری دانش را بر هر مسلمانی واجب دانسته است. در این تمدن کهن‌ترین دانشگاه‌های جهان به وجود آمد و عالمان اسلامی مجموعه افکار، عقاید، علوم، هنرها و صنایع را با الهام و بهره‌گیری از آموزه‌های دینی به عنوان میراث عظیم و تکامل یافته‌ای برای بشریت ایجاد و بر جای گذاشتند.

یک دین هیچ‌گاه نمی‌تواند در یک جامعه نفوذ پیدا کند، مگر این‌که بتواند محیط فرهنگی مناسبی برای خودش درست کند. دین فقط کلام و فلسفه و عرفان نیست، بلکه نحوه زیستن است. حتی رفت و آمد و لباس پوشیدن، غذا خوردن، سخن گفتن و هنر نیز بخشی از دین و فرهنگ دینی است و دین برای ماندن و نفوذکردن، همیشه به ساختن این فرهنگ محتاج است. عناصری مانند قرائت قرآن، پیروی از شریعت اسلام و تبعیت از سنت نبوی عناصر بسیار مهمی هستند که از غرب تا شرق تمدن اسلامی واحد است و این‌ها به تمام تمدن اسلامی وحدت می‌بخشد. اما درون این تمدن اسلامی، نخست دو حوزه فرهنگی وجود داشته است؛ یکی عربی و دیگری ایرانی. اتراک هم که به حوزه تمدن اسلامی آمدند، اول فرهنگ ایرانی داشتند، مانند سلاجقه و غزنویان، بعد که به آناتولی رفتند، فرهنگ عثمانی شکل گرفت و از فرهنگ ایرانی جدا شد. فرهنگ ایرانی در تمام آسیا و فرهنگ عربی در آفریقا نفوذ داشت اما حوزه‌های کوچک‌تری هم بودند و هستند، مانند چینی، مالایی، آفریقای سیاه و اروپای شرقی. به این ترتیب، شاید بتوان گفت درون تمدن اسلامی هفت حوزهٔ فرهنگی وجود دارد.(نصر، روزنامه ایران، ۱۳۸۲، ش ۲۴۴۵)

تنوع فرهنگی جهان اسلام و چالش‌های موجود در عصر جهانی‌شدن[۱]

به‌رغم تنوع فرهنگی و جغرافیایی جهان اسلام، اکثریت مسلمانان ویژگی‌های دینی، اجتماعی و زبانی مشترکی دارند. این ارزش‌ها و عقاید مشترک ممکن است نقاط پیوندی برای همکاری بیش‌تر بین دولت‌های مختلف به منظور اتخاذ یک استراتژی جهانی برای افزایش جریان تجارت، سرمایه‌گذاری، اطلاعات و جابجایی انسان‌ها

۱. با تلخیص از رشید جعفرپور، سایت اینترنتی دانشگاه امام صادق، ۱۳۸۲.

در منطقه جهان اسلام و همچنین در ارتباط با بقیه جهان فراهم آورد. برقراری چنین پیوندهایی با به‌کارگیری تکنولوژی ارتباطی جدید، رایانه‌های الکترونیکی و پخش ماهواره‌ای تسهیل می‌شود. با اجرای چنین برنامه‌ای جهان اسلام به توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی می‌رسد. لذا نیاز فوری به تعهد بیش‌تر دولت‌ها و افراد و همچنین اقداماتی برای درک گسترده و ارتباطات فزاینده در عرصه‌های مرتبط با تجارت، بازرگانی، کار، اطلاعات، علم و تکنولوژی وجود دارد.

چالش‌های سیاسی، فکری، اقتصادی، جهانی و اخلاقی از مهم‌ترین چالش‌های داخلی و خارجی است که به تبع جهانی‌شدن در مقابل مسلمانان وجود دارند.

در خصوص چالش سیاسی باید گفت اتخاذ سیاست قوی همکاری بین مسلمانان و تنظیم سیاست‌های مشترک، منافع منطقه‌ای و جهانی مسلمانان را تضمین می‌کند. دموکراتیزه کردن فرایند سیاسی در حکومت‌ها و دارا بودن رهبران پاسخگو و مسئول از جمله چالش داخلی در جهان اسلام است.

چالش فکری را می‌توان بسترسازی برای مقابله با دیگر چالش‌ها دانست. مسلمانان در اوج تمدنشان، در همه رشته‌های علمی مثل هنر، معماری، ستاره‌شناسی، ریاضیات و پزشکی سرآمد بودند. اما اکنون مسلمانان به دلیل طرد علوم انسانی و علوم تجربی دیگر سرآمد نیستند، بلکه برای حفظ هویت اسلامیشان خواستار آموزش مذهبی و محافظه‌کارانه شده‌اند.

۸۸۰ بار تکرار مفهوم علم و مشتقاتش در قرآن و فرمایش پیامبر(صلی‌الله‌علیه‌ـ وآله‌وسلم) مبنی بر این‌که «کسب دانش وظیفه هر زن و مرد مسلمانی است»، کسب دانش را برای هر مسلمانی واجب می‌سازد ولی در حال حاضر کشورهای اسلامی، با وجود چالش‌های اقتصادی جهانی، اعتبارات بسیار کمی را برای اصلاح ظرفیت‌های فکری جوامعشان تخصیص می‌دهند.

نهادهای آموزشی و تربیتی به دلیل نبود انگیزه مناسب، حقوق ناکافی، تسهیلات تحقیقی ناکافی، کمبود فرصت‌ها و پیامدهای سیاسی به قدر کافی مجهز به تأمین نیازهای مسلمانان برای پیشرفت تکنولوژیکی و علمی نیستند؛ همان‌طور که، نجیب محفوظ برنده جایزه نوبل، می‌گوید: «قدرت یک کشور، دیگر به وسیله توان نظامی، اندازه جمعیت، موقعیت جغرافیایی یا منابع معدنی اندازه‌گیری نمی‌شود، بلکه قدرت یک کشور به وسیله تعداد علما و دانشمندانش و استعدادهای نوآورش و توانایی کشف، دستیابی و به کاربری‌اش اندازه‌گیری می‌شود.»

چالش اقتصادی شاید بزرگ‌ترین چالش رودرروی مسلمانان، تحت نظام جهانی‌شدن است. نیازی فوری به سیاست‌های اقتصادی مؤثر و منطقی به منظور دستیابی به خوداتکایی در تولید، مخصوصاً در کشاورزی و تأمین غذا، برای کاهش وابستگی به بقیه جهان وجود دارد. خوداتکایی با تشویق به تولید داخلی، امنیت ملی را بالا می‌برد. همان‌طورکه پروفسور العطاس می‌گوید: «هدف نهایی توسعه در اسلام، دستیابی به سعادت به وسیله تعادل نیازهای مادی و روحی بشر است.»

امروزه اقتصاد بر پایه علم جدید، تکنیک‌های جدید را برای بهبود میزان تولید و رقابت ابداع کرده است. دولت‌های اسلامی باید محیط اقتصادی سالمی را بر پایه سیاست‌های اقتصادی کلان مناسب برای تسهیل آزادی بازار، مؤسسات مالی و ایجاد انگیزه فراهم آورند. همکاری اقتصادی باید به منظور افزایش عامل تحرک در راه‌اندازی اتحادیه‌های گمرکی، توافقات دوجانبه و چندجانبه، مناطق آزاد تجاری و گروه‌های منطقه‌ای صورت گیرد. نظریه مزیت نسبی بر اساس تجارت منطقه‌ای در محدوده جهان اسلام نسبت به تجارت با بقیه جهان، به مسلمانان بهتر کمک می‌کند. مسلمانان برای افزایش قدرت معامله جمعی و تأثیرگذاریشان بر اقتصاد جهانی، باید قادر به رعایت استانداردهای بین‌المللی و کسب مزیت نسبی باشند.

چالش اخلاقی را می‌توان مکمل چالش فکری دانست، تلاش صادقانه برای ساخت یک جامعه اخلاقی و عادلانه، وظیفه همه مسلمانان است. چالش‌های کنونی رودرروی مسلمانان این حقیقت را آشکار می‌سازد که اصول بنیادین اسلامی مثل عدالت، آزادی و برابری به اجرا در نیامده‌اند. اصول اخلاقی اسلام ساختاری را برای عملکرد جامعه اسلامی که همهٔ جنبه‌های زندگی انسانی را پوشش دهد، بنیان می‌نهد. اسلام به مفهوم عدالت اجتماعی، عدالت اقتصادی، توزیع برابر درآمد، آزادی فرد و وظایف و مسئولیت‌های دولت توجه ویژه‌ای می‌کند. امام غزالی، عالم بزرگ مسلمان، اسلام را «به تلاشی مساوی برای امرار معاش از یک سو و تلاش به خاطر خدا از سویی دیگر» خلاصه می‌کند.

پس هدف تخصیص منابع در اسلام افزایش رفاه همه است و نه افزایش رفاه عده‌ای محدود بر اساس نظام جهانی‌شدن. فرایند غیر مذهبی جهانی‌شدن مخالف تعالیم اسلامی است. تعالیم اسلامی شامل یک جهان‌بینی ویژه، مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و کاربردشان در زندگی روزمره است و این تعالیم با

برنامه‌های سازمان ملل به منظور کاهش تأثیر جهانی‌شدن بر جوامع جهانی در مواجهه با چالش‌هایی مانند توسعه انسانی، اقدام جهانی برای مقابله با تهدید جهانی به امنیت بشری، توجه به تکنولوژی با رویکرد توسعه بشری و ریشه‌کنی فقر، ایجاد یک ساختار دموکراتیک و سامانمند برای ادارهٔ جهان در قرن ۲۱ و... کاملاً همخوانی دارد.

چشم‌انداز جهانی مسلمانان

جهانی‌شدن، به عنوان یک نظام اقتصاد جهانی، به نفع منافع اقتصادی کشورهای صنعتی، مخصوصاً آمریکای شمالی، اروپای غربی و ژاپن است. این کشورها، علاوه بر سهم تجارت جهانی‌شدن، تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر سرمایه جهانی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، انتقال تکنولوژی و سازمان‌های سیاستگذاری بین‌المللی مثل صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و سازمان تجارت جهانی دارند. سازمان ملل این حقیقت را با بیان این مطلب تأیید کرده است:

«کشورها و مردم فقیر تأثیر و نفوذ چندانی در سیاستگذاری جهانی امروز ندارند. مهم‌ترین و تأثیرگذارترین این کشورها گروه هفت هستند که اعضایش سازمان‌های برتون وودز را از طریق حق وتو و شورای امنیت سازمان ملل را از طریق اشغال سه جایگاه از پنج عضو دائمی کنترل می‌کنند.»

بالغ بر پنجاه کشور مسلمان عضو سازمان ملل، نماینده تقریباً یک‌چهارم جمعیت جهان، وجود دارند که تأثیر چندانی بر تصمیمات جهانی ندارند. انگلستان با جمعیتی کم‌تر از یک درصد جمعیت جهان نقش بسیار مهم‌تری بر شکل‌گیری تصمیمات جهانی نسبت به همه مسلمانان جهان دارد.

امروزه یکی از مهم‌ترین ضعف‌های مسلمانان، نداشتن بینش سیاسی برای وحدت است. بسیاری از مسلمانان اعتقاد دارند که منافعشان از طریق ارتقای روابط با غرب به سبب تولیدات، تکنولوژی، آموزش، بازار و امنیت غربی، بهتر تأمین می‌شود. بی‌ثباتی سیاسی در بیش‌ترکشورهای اسلامی و تهدید جنگ‌های داخلی و منطقه‌ای، بعضی کشورها را ناامن کرده و در نتیجه، آن‌ها برای جلب حمایت به غرب متوسل می‌شوند. بعلاوه، فشار کشورهای غربی و تهدید تحریم‌های اقتصادی و مالی، کشورهای اسلامی را نسبت به ارتقای روابط یا امضای توافقات منطقه‌ای

برای همکاری با کشورهای اسلامی دیگر بی‌میل می‌کند. بالغ بر سیصد میلیون نفر مسلمان تحت تحریم اقتصادی شدید با حمایت سازمان ملل زندگی می‌کنند که این وضعیت باعث مرگ هزاران نفر بی‌گناه می‌شود و تأثیر ویرانگری بر وضعیت اقتصادی ـ اجتماعی کشورهای درگیر دارد. بعلاوه، مسلمانان بی‌پناه و آواره از هر گروهی در جهان بیش‌تر هستند.

ایادی کشورهای غربی با تقسیم کشورهای اسلامی به دولت‌های کوچک، پاره‌پاره شده و غیر مؤثر، از عدم همکاری بین مسلمانان سوء استفاده کرده‌اند. به عبارت دیگر، تغییر شکل جوامع اسلامی بر اساس منافع، بینش‌ها و عکس‌العمل‌های نخبگان داخلی، تحت فشار و تحریک‌های ایجاد شده توسط قدرت‌های اروپایی و تمایل این نخبگان به بهره‌برداری از تأثیرات اروپاییان برای نزاع بر سر قدرت در جوامعشان صورت گرفته است.

در عصر جهانی‌شدن، چالش‌های پیش روی مسلمانان هم داخلی است و هم خارجی. به لحاظ داخلی، وضعیت داخلی کشورهای اسلامی، با وجود بی‌ثباتی سیاسی، نخبگان غیر مسئول، بی‌عدالتی‌ها، نابرابری‌ها، فقدان آزادی، فرصت‌های اقتصادی نابرابر و ظلم‌ها، تیره شده است. به‌رغم این حقیقت که کشورهای اسلامی از لحاظ سیاسی مستقل هستند، اما تلاش‌هایی جدی برای احیای میراث اسلامی از دست رفته در طی حاکمیت استعمار بر سرزمین‌های اسلامی، صورت نگرفته است.

در سال‌های اخیر، تلاش در جهت نوسازی از طریق آموزش و تولید محصولات فرهنگی غیر مذهبی، اعمال سیاست‌های بازار و انتقال تکنولوژی تولید، وضعیت را بهتر نکرده است. رشد متعادل و توسعه پایدار، بدون دانش بومی در باره عوامل تعیین‌کننده اصلی در تغییر اجتماعی، به دست نمی‌آید. پانصد سال قبل، ابن خلدون، عالم بزرگ اسلامی، دو عامل تعیین‌کننده برای توسعه بیان می‌کند: خلیفه یا رهبر عادل و عصبیت خوب یا انجام عمومی. اخیراً بانک جهانی نیز به نتیجهٔ مشابهی رسیده است با بیان این‌که، وضعیت جاری توسعه نیافتگی در کشورهای در حال توسعه تا حدودی مربوط به دو چیز می‌شود: فقدان حکومت خوب و مشارکت عمومی کم.

از لحاظ جهانی، مسلمانان نیاز به پیگیری یک رویکرد ارتباطی متحد خارجی در قبال جهانی‌شدن به منظور تقویت موقعیت خارجیشان در ساختار جهانی دارند.

روابط خارجی دولت‌ها این امکان را می‌دهد که برای حضور در بازارهای جهانی و تأثیرگذاری بر نهادهای بین‌المللی تلاش کنند. هیچ کشور مسلمانی به تنهایی در یک موقعیت قوی‌ای قرار ندارد. پس بنابراین، مسلمانان باید با تلاش دسته‌جمعی روابطشان را با کشورهای دیگر گسترش دهند و از منافعشان دفاع کنند.

در سال‌های اخیر، بسیاری از کشورهای جهان شروع به همکاری منطقه‌ای و چندجانبه به وسیله پیوستن به اتحادیه‌ها، مناطق آزاد تجاری، توافقات منطقه‌ای و اَشکال دیگر همکاری کردند. رشد پایدار تحت نظام جهانی به دلیل تغییر مؤثر در فرایند تولید در بازارهای جهانی، دیگر عملی نیست. تحت نظام تجارت آزاد، کشورهای در حال توسعه، به دلیل قیمت‌های پایین محصولات کشاورزی و تولیدی عرضه شده در بازارهای جهانی رنج می‌برند.

با وجود پیچیدگی جهانی روابط و تبادلات بین‌المللی، کشورهای مسلمان نمی‌توانستند از طریق جدا کردن خودشان از بقیه جهان (نسبت به تحولات جهانی) بی‌تفاوت باشند. اقتصاد جهانی جدید ملت‌ها را مجبور می‌سازد تا معلوماتی در مورد بازارهای جهانی و محلی کسب کنند. علاوه بر این، تعمیق روابط جهانی مستلزم تقسیم منافع جهانی بین ملت‌ها خواهد بود که این نیز بر چشم‌انداز توسعه در جوامع مسلمان تأثیر می‌گذارد.

شکی نیست که زیربنای علمی کنونی در جوامع مسلمان مناسب برای آماده‌سازی آن‌ها برای رقابت با سایر کشورهای صنعتی نیست. مسلمانان باید تلاش کنند تا انتقال دانش جهانی را به جوامعشان با تعمیم امکانات استاندارد برای برخورداری از دانش جوامع بین‌المللی، تسهیل کنند. تحت این شرایط، تکنولوژی اطلاعاتی مسلمانان، نه تنها توسعه پایدار در جهان اسلام ایجاد می‌کند، بلکه همچنین ابزاری برای استفاده مشترک در تبادل دانش با بقیه جهان فراهم می‌آورد. همان‌طور که ژوزف استیگلیتز بیان می‌کند: «ایجاد زیربنای علمی مستلزم یادگیری چگونه یادگیری است. یعنی ایجاد ظرفیت برای برداشتن فاصله علمی، که آن نیز بخش ضروری یک استراتژی توسعه موفق است.»

استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی، از طریق تأثیرگذاری برای نظام‌های ارزشی، اعتقادات مذهبی، رفتار و برخوردهای اجتماعی و شیوه سنتی زندگی مردم، در حال بازسازی جهان‌بینی گروه‌ها و ملت‌های مختلف است. ارتباطات درونی بین

گروه‌های فرهنگی مختلف به این معنی است که جهانی‌شدن با حذف فاصله و فضای مرتبط میان مردم در قسمت‌های مختلف جهان، مرزهای فرهنگی بشری را نادیده می‌گیرد.

جهانی‌سازی، به عنوان یک پروژه اجتماعی، نسخه‌برداری تولیدات فرهنگی غربی در کل جهان به منظور تسهیل فرایند نوسازی غربی سکولار (غیر مذهبی) است. این ایدئولوژی‌های جدید نیز با فعالیت شرکت‌های چندملیتی، نهادهای غیر دولتی و سازمان‌های بین‌المللی به عنوان بخشی از برنامه کارشان برای اجرای برنامه‌های سرمایه‌گذاری متنوع به منظور بازنمایی رویکرد بازار آزاد به توسعه و تحمیل سیاست‌های تعدیل ساختاری، گسترش یافته است. تمرکز تکنولوژی‌های ارتباطی و انحصار کنترلشان توسط شرکت‌های غربی این امکان را به آن‌ها داده است که وارد عمل شوند و توسط این تکنولوژی‌های ارتباطی برنامه‌هایی پخش کنند که با الگوهای اجتماعی و فرهنگی جوامع مسلمان منافات دارند. پخش برنامه‌های ماهواره‌ای گوناگون و ورود گسترده از طریق اینترنت به جهان اسلام، تهاجمی به جهان‌بینی اسلامی است. به‌کارگیری رسانه‌های جمعی گوناگون توسط شرکت‌های چندملیتی ابتدا به منظور تبلیغ محصولاتشان و افزایش سهمشان در بازار بود و لزوماً به منظور افزایش استیلای فرهنگی و آموزشی بر کشورهای در حال توسعه نبود. جهان‌بینی اسلامی به سبب ویژگی‌های منحصر به فردش، نمی‌تواند از جهان‌بینی‌های دیگر برای تغییر الهام بگیرد.

استفاده مناسب از تکنولوژی برای کاهش فقر و توسعه پایدار در کشورهای مسلمان ضروری است. تکنولوژی انتخاب شده باید با شرایط اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی کشورهای مختلف سازگار باشد یا این‌که نوعی سازگاری ایجاد شود و با ترکیب دانش جهانی و محلی کاراتر گردد.

هدف توسعه پایدار در نظر گرفتن شرایط سریع اصلاح توسعه بشری و رشد اقتصادی و به‌کارگیری منابع کشور برای تأمین نیازهای نسل آینده است. اولین قدم برای عمل به چنین وظیفه‌ای این است که مکانیزم‌های مدیریتی، اجرایی و سازمانی مؤثر جهت تسهیل نشر و گسترش دانش و استقرار تکنولوژی فراهم شود. زیرساخت‌های سازمانی و نهادی کنونی در بیش‌تر کشورهای اسلامی به دلیل

محدودیت‌های دولتی و گزینشی بودن برنامه‌های آموزشی، برای گسترش چنین تقاضاهایی برای دانش مناسب نیست.

آزادی محدودی که به صنعت خصوصی‌سازی، نوآوری‌های فردی، فعالیت‌های بازار و شرکت‌های خارجی داده شده، به پتانسیل رشد اقتصاد علمی صدمه می‌زند. سیاست‌های آموزشی کشورهای مسلمان با نیازهای حال و آینده، جهت کسب ثبات و دستیابی به هدف درازمدت خوداتکایی و رشد، هماهنگ نیست.

کشورهای مسلمان می‌توانند با سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و با ایجاد محیطی مناسب برای تلفیق نظام اطلاعات جهانی با عناصر بومی، به مقدار زیادی از تکنولوژی اطلاعاتی مرتبط با دانش برای تداوم توسعه سود ببرند.

مبانی سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی

هر جامعه‌ای آرمان‌ها و اهداف مورد نظر خود را برای جامهٔ عمل پوشاندن به آن‌ها در قالب سیاستگذاری‌ها بیان می‌کند. برای هر اقدامی استراتژی لازم را که گویای ابعاد عمل، امکانات و توانایی‌های موجود و نیازها به منظور حصول نتایج است، مشخص می‌کند. در طراحی استراتژی نداشتن تضاد یا تزاحم و مکمل و هماهنگ بودن آن‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد.

بنابراین، برای به‌کارگیری بهینه مجموعه امکانات (نیروی انسانی، تجهیزات، منابع) در مدت زمان معین و با نظارت برای دستیابی به اهداف، نیاز به برنامه‌ریزی است. در واقع «سیاستگذاری تدبیری است که پس از انتخاب هدف و قبل از برنامه‌ریزی اندیشیده می‌شود.» (میرسلیم، ۲:۱۳۸۰) این تدبیر با شناخت کامل وضع موجود خود و دیگران، با بررسی روند و تحولات گذشته و گرفتن تجربه از آن و ترسیم آینده است؛ به عبارتی «سیاستگذاری فرایندی است علمی.» (همان:۲)

سیاستگذاری را به زبان ساده می‌توان اندیشه در باره هر عملی قبل از مرحله اقدام به آن تعریف کرد و این نکته اهمیت و جایگاه اندیشه و تفکر در سیاستگذاری را نمایان می‌سازد. هر قدر به‌کارگیری این اندیشه بر مبنای تحلیل علمی و اطلاعات درست توسط خبرگان این امر صورت بگیرد، سیاستگذاری بر اساس نیازهای واقعی و توانایی‌های موجود تدوین می‌شود و قابل پیگیری و تحقق خواهد بود.

به طور کلی سیاستگذاری در سه سطح صورت می‌گیرد:

الف) سیاستگذاری کلی که بر نظام برنامه‌ریزی یک کشور یا جامعه سایه می‌افکند.

ب) سیاست‌های اجرایی که شامل شیوه‌های اجرای طرح‌های تشکیل‌دهنده برنامه می‌شود.

ج) سیاست‌های خاص که هدایتگر ارزیابی، نظارت بر اجرا و بازنگری برنامه‌هاست. (همان:۲ ـ ۳)

بر همین اساس، در هر جامعه‌ای انواع مختلف سیاستگذاری در سطح کلان در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی تدوین می‌شود. سیاستگذاری فرهنگی یکی از این مقوله‌هاست، ولی آنچه مهم است پایه‌گذاری تفکر سیاستگذاری است، زیرا سیاستگذاری فرهنگی قالبی است که خود از فرهنگ سیاستگذاری متأثر است. از سوی دیگر، به جرئت می‌توان مدعی شد که مؤلفهٔ مهم یک جامعه نظیر سیاست، اقتصاد و اجتماع منبعث از فرهنگ آن جامعه است؛ در واقع، سیاستگذاری فرهنگی جهت حرکت امور جامعه را نشان می‌دهد.

فرهنگ سیاستگذاری، فرهنگ مشکل‌یابی[1] و مسئله‌شناسی یا شناخت مشکلاتی است که در عرصه عمومی وجود دارد و رفع آن‌ها مستلزم اقدام اقتدار عمومی است. راه‌حل‌ها[2] و تدابیر سیاستگذاری تعیین‌کننده کارآمدی سیاستگذار و شایستگی او به احراز آن جایگاه و مسئولیت و بنابراین، توجیه‌گر ابقای او در آن سمت است و به عکس ناکارآمدی و شکست عامل رفتن اوست. (وحید، ۱۳۸۲:۹)

فرهنگ سیاستگذاری، فرهنگ پذیرش امکان تدریجی و هدفمند است، و از آن‌جا که تئوری تغییر در اساس فرهنگی است، در مجموعه سیاستگذاری‌های اقتدار عمومی، سیاست‌های فرهنگی بالاترین اهمیت را دارد. قاعدتاً از این روست که در نگاه یونسکو (کنفرانس استکهلم، ۱۹۹۸) فرهنگ و سیاستگذاری‌های فرهنگی نه در حاشیه که در قانون فرایند توسعهٔ پایدار کشورها تعریف می‌شوند. (وحید، ۱۳۸۲:۱۳)

سیاستگذاری فرهنگی

سیاستگذاری فرهنگی کشورها را در یک دیدگاه کلی بر اساس میزان و نوع دخالت دولت با دو شیوه عملکرد «نظارت و حمایت» و «تصدی‌گری» می‌توان متمایز

1. Problem finding 2. Problem solving

ساخت، البته این امر در کشورهای مختلف متفاوت است. اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران بر اساس مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۷۱ با شیوه تصدی دولت است. دیدگاه تدوین‌کنندگان اصول سیاست فرهنگی نگاهی از بالا به پایین و نگاه دولتی به تمامی عرصه‌های فرهنگی کشور است... بر این اساس بخش وسیعی از فعالیت‌های فرهنگی دولتی است و فعالیت بخش خصوصی در این زمینه به شدت وابسته به دولت است. (همان:۱۵) ولی رویکرد قانون سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۳۷۹-۱۳۸۳) از تصدی‌گری به نظارت است. اهمیت این تغییر نگرش را می‌توانیم از نگاه مسجدجامعی، وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ببینیم: «دولت هنگامی می‌تواند نقش مؤثر خود را در عرصه فرهنگ ایفا کند که نقش سیاستگذارانه را به جای نقش اجرایی در کانون برنامه‌ها و اقدامات خود قرار دهد»، از این روست که کاهش نقش تصدی‌گری دولت و اولویت راهبرد ساماندهی مناسبات میان کنشگران، مؤسسات و نهادهای فرهنگی و نهادینه کردن آن، محور برنامه‌ها و سیاست‌های دولت قرار می‌گیرد. (همان:۱۶)

بدون شک سیاستگذاری فرهنگی در یک جامعه از نگاه آن جامعه به فرهنگ و انسان، اقتصاد، حاکمیت و از همه مهم‌تر در صورت دینی بودن جامعه نگاه جامعه به دین به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگ و فلسفه زندگی نشئت می‌گیرد.

سیاستگذاری فرهنگی شامل اصول و راهبردهای کلی و عملیاتی شده‌ای است که بر نوع عملکرد یک نهاد اجتماعی در امور فرهنگی استیلا دارند. به این اعتبار، منظومه‌ای سازمان یافته از اهداف نهایی درازمدت، میان‌برد، قابل سنجش و نیز ابزارهای وصول به آن اهداف را دربرمی‌گیرد. (همان:۵۴ ـ ۵۵)

واقعیت تحول فرهنگی به تبع انقلاب اسلامی و گسترش و مشارکت مردم در زندگی فرهنگی در ایران، مسائل جدیدی پیش روی مدیریت فرهنگی قرار می‌دهد. معنای تحول فرهنگی برای مدیران و برنامه‌ریزان این است که به شیوه‌ها و تدابیر جدیدی در این زمینه بیندیشند. سیاستگذاران در این زمینه تحول یابنده، باید دو موضوع را در صدر توجه خود قرار دهند. از یک سو، در مقام سیاستگذاران فرهنگی یک حکومت دینی، هدف گسترش فرهنگ دینی و تقویت اخلاق و اندیشه محمدی(ص) را برعهده دارند، و در عین حال باید به پیامدهای سیاست‌ها و برنامه‌های خود در عرصه دین حساسیت داشته باشند و از سوی دیگر، باید شیوه‌ای از مدیریت و

ساماندهی فرهنگی را تدوین کنند که فرهنگ را در مرزهای منجمد و بسته، محصور نکنند و زمینهٔ نشاط و شادابی و مشارکت همگان را در زندگی فرهنگی فراهم کنند. این امر مستلزم آن است که فرهنگ را نه تنها در بخش فرهنگ منحصر نکنند، بلکه مجال آن را فراهم سازند که فرهنگ در تمام ابعاد زندگی حضور یابد. در واقع سیاستگذار فرهنگی منطق فرهنگ را که همانا بسط اندیشه، معرفت، گفتگو و تبادل است فراهم کند. بسط عرصهٔ فرهنگ است که به رشد دیگر بخش‌ها نیز منتهی می‌شود. (سیدمحمد خاتمی، ۱۳۷۹)

ابزارهای مربوط به سیاستگذاری در سطح ملی

انفجار تکنولوژیک در ارتباطات، هم نیرویی بالقوه عظیم و هم خطری بسیار دارد. نتیجهٔ آن نیز به تصمیم‌های تعیین‌کننده و این‌که چه کسی و کجا این تصمیم‌ها را می‌گیرد، بستگی دارد. به این ترتیب، سازمان دادن فرایند تصمیم‌گیری به شیوه‌ای مشارکتی و بر اساس آگاهی از تأثیر اجتماعی گزینه‌های متفاوت، یک اولویت به شمار می‌رود.

ابزارهای مربوط به سیاستگذاری در سطح ملی به منظور ارزیابی آثار و عواقب مثبت و منفی رواج تکنولوژی‌های ارتباطی تازه و نیرومند باید ابداع شود. تدارک بررسی‌هایی در زمینهٔ تأثیرات تکنولوژیک می‌تواند ابزاری مفید به منظور ارزیابی نتایج تکنولوژی بر الگوهای اشتغال و عوامل مشابه به شمار آید. این امر، به‌ویژه زمانی مهم است که گزینش‌ها با توجه به توسعهٔ زیربناهای ارتباطی به عمل آید. (طاهری، ۳۹۱:۱۳۸۳)

شاخص‌ها و اهمیت آن برای سیاستگذاری فرهنگی

سیاستگذاری عمومی به مفهوم مجموعه اقدامات دولتی برای دستیابی به اهدافی خاص است. ابهام یا کلیت در تعریف فرهنگ این زمینه را فراهم می‌کند تا برداشت‌های متفاوتی از سیاست عمومی و اقدامات دولتی در عرصه فرهنگ و عمل فرهنگی در ذهن سیاستگذاران و مجریان پدید آید.

احمد مسجدجامعی در یکی از سخنرانی‌های خود در خصوص فرهنگ، سیاست و توسعه، عنوان می‌کند: «موقعیت سیاستگذار در عرصه فرهنگ به دلیل

پویایی شرایط اجتماعی و فرهنگی از یک سو و تحولات جهانی از سوی دیگر، به صورت روزافزون در حال دگرگونی است.» وی ادامه می‌دهد: «سه عامل مهم اثرگذار یعنی دولت، پدیدآورندگان و تولیدکنندگان فرهنگ و مخاطبان و استفاده‌کنندگان فرآورده‌های فرهنگی، عواملی هستند که در وضعیت و رفتار فرهنگی دخالت مستقیم دارند که بر این اساس تحولات محیطی از یک سو و دگرگونی شرایط و موقعیت عاملان فرهنگی از سوی دیگر مسائل مهم را پیش روی آن‌ها قرار می‌دهد.» از آن روست که در منشور یونسکو نیز به پویایی شرایط اجتماعی و فرهنگی اشاره شده است. در این منشور آمده است: «وام‌گیری‌ها و تبادلات فرهنگی، موجد تأثیراتی پویا هستند. این تأثیرات نخست ناشی از ترکیبی از مقاومت در مقابل تأثیرات خارجی و از سویی قبول این تأثیرات است.» (سعادتی، ۴:۱۳۸۳)

تدوین شاخص‌های فعالیت فرهنگی به‌ویژه در زمینه روابط بین‌المللی از آن رو اهمیت می‌یابد که حیطه سیاستگذاری عمومی و فعالیت‌های مدیران را شفاف و ارزیابی آن را نیز امکانپذیر می‌کند. چنین به نظر می‌آید که شاخص‌های روابط بین‌المللی فرهنگی عرصه‌های متنوعی را دربرمی‌گیرد. از این رو، همه آن‌ها در دسترس مستقیم سیاستگذاران قرار ندارد، بلکه بعضاً در حیطه بخش فرهنگ و بلکه فراتر از بخش فرهنگ (همچون فن‌آوری اطلاعات) جای می‌گیرند. اما به هر حال، شماری از شاخص‌هایی را که مستقیماً در حیطه روابط بین‌المللی فرهنگی جای می‌گیرند، می‌توان برشمرد. شاخص‌ها، نظارت و مراقبت وضعیت کلان، روابط فرهنگی از سوی سطوح بالای سیاستگذاری را امکانپذیر می‌کنند و همچون ابزار کلان مدیریتی، هدایت مقامات اجرایی را به سوی اهداف مشخص امکانپذیر می‌نمایند. شاخص‌ها ممکن است همزبانی نسبی را در بین سیاستگذاران و نیز در بین فرهنگ‌های متفاوت جهانی پدید آورند و توان مقایسه نسبی فرهنگ‌ها و فعالیت‌های فرهنگی را تقویت کنند. این زبان مشترک امکان گفتگو و مباحثه در بارهٔ سیاست‌های فرهنگی و حتی سیاست‌های توسعه را فراهم می‌آورد، چرا که شاخص‌ها ترکیبی منطقی و مسبوق به نظریه از داده‌های آماری هستند. بحث آن است که شاخص‌ها، ابزار گفتگو برای تعیین خط مشی هستند، نه آنچه داده‌های آماری می‌نامیم... این روندی تازه در به‌کارگیری داده‌هاست. استفاده سنتی از آن‌ها به صورت فراهم آوردن مواردی برای پژوهش و تحلیل است. اقتصاددانان و

دانشمندان جامعه‌شناس از داده‌ها استقبال می‌کنند و سیاستمداران، رسانه‌ها و فعالان سیاسی شاخص‌ها را به‌کار می‌برند. (حقیقی، ۱۳۸۶:۲۴۲ ـ ۲۴۳)

«به طور کلی، ادیان، مذاهب، اقوام، زبان‌ها، گویش‌ها، آداب، عادات، سنت‌ها، تصورات، ارزش‌ها، اعتقادات و رویه‌های زندگی عناصر ساختار فرهنگی ایران را تشکیل می‌دهند. بنابراین، با لایه‌های مختلف هویتی در ایران مواجه هستیم که با توجه به مجموعه شرایط جهانی می‌تواند نقاط ضعف و قوت خود را داشته باشد که این امر میزان اهمیت و مسئولیت کارگزاران و سیاستگذاران فرهنگی را نشان می‌دهد و متأسفانه وجود مشکلات ساختاری، نهادی و اجرایی که در طول تاریخ این مرز و بوم قابل ردیابی و تأمل است، سیاستگذاری فرهنگی را با مشکل مواجه ساخته است.» (نوروزی، ۱۳۸۶:۳۸۳ ـ ۳۸۴)

بحث فرهنگ و سیاستگذاری فرهنگی در عین سادگی پیچیدگی‌های زیادی دارد و شاید همانند راه رفتن بر لبهٔ تیغ باشد. این موضوع را با توجه به وجود بیش از ۳۵۰ تعریف از فرهنگ بهتر می‌توان درک کرد. «امروزه در ادبیات سیاسی و بین‌المللی در کنار سایر مظاهر و پایه‌های قدرت ملی، از فرهنگ به عنوان قدرت نرم یاد می‌شود و چه بسا از میزان قدرت و تأثیرگذاری بیش‌تر و عمیق‌تری نسبت به ساختارهای مادی (پول و زور) برخوردار است. فرهنگ دارای ویژگی‌های مهمی چون: حساسیت، آسیب‌پذیری، قدرت نفوذی گسترده (حتی خارج از مرزهای ملی مرسوم) و بالاخره کارکرد درازمدت است.» (همان:۳۶۵ ـ ۳۶۶)

با توجه به عامل فرهنگی برای تحقق توسعه و از جمله توسعه فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و با در نظرگرفتن شرایط کنونی بین‌المللی و شیوه‌های سلطه که عموماً فرهنگی هستند، فرهنگ ملی اهمیت سرنوشت‌سازی از نظر بقا و ماندگاری ایرانی و تمدن و فرهنگ آن دارد. با سلطه فرهنگی غرب که یکسان‌سازی در زمینه فرهنگ مصرف غربی و عمدتاً آمریکایی و غربی کردن همه کشورهای جهان سوم هدف نهایی آن است، نه تنها خلاقیت و نوآوری‌ها برای حل مشکلات گوناگون داخلی، به دلیل از هم گسیختگی فرهنگی و فرهنگ‌زدایی از میان می‌رود، بلکه ریشه‌های هویت ایرانی قطع و سرچشمه‌های زندگی‌بخش آن نابود می‌شود. از این نظر توجه به عامل فرهنگی و بازسازی آن اهمیتی تعیین‌کننده و فوری دارد و اهمیت

و فوری بودن آن را نیز ما تعیین نمی‌کنیم، بلکه آنان یا سلطه‌گران جهان با استفاده از شیوه‌های جدید تأثیرگذاری بر اذهان تعیین می‌کنند. (رزاقی، ۲۰۹:۱۳۷۹)

نکته دیگر این‌که با مرتبط دانستن دگرگونی‌های منفی در عرصه فرهنگی و متأثر شدن آن‌ها از امپریالیسم فرهنگی و تهاجم فرهنگی، نه تنها نباید ما را در برنامه‌ریزی و انسجام فرهنگی سست و بی‌انگیزه کند، بلکه باید این عرصه را رؤیای جدیدی در عرصه فرهنگ‌ها بدانیم که دیگر نوع سلاح، نوع قدرت از سلاح‌های مخرب و تسلیحات استراتژیک، سرزمین، جمعیت و ارتش جای خود را به قدرت نرم و فرهنگ و اطلاعات و داد و ستد آن در رسانه‌ها و بستر اجتماعی (فکر و اندیشه بشر) داده است. حضرت رسول(ص) به یاران خود که از جنگ پیروز برگشته بودند، گفت: «جهاد اصغر را پشت سر گذاشتید، خود را برای جهاد اکبر آماده کنید!» و هم‌اکنون عرصه فرهنگ‌ها به جهاد اکبر تشبیه می‌شود که از بهره‌گیری داشته‌های فرهنگی خود نباید غافل شویم و توان و ظرفیت فرهنگی خود را کنار بگذاریم.

برنامه‌ریزی فرهنگی

برنامه‌ریزی به عنوان شالوده و پایه فعالیت‌های مدیران همواره به آینده نگاه می‌کند، آینده‌ای که روزی به گذشته تبدیل خواهد شد. در محیط‌های متلاطم، پیچیده و پویای کنونی، که هر روز پیچیدگی آن رو به فزونی است، تنها در سایه وجود اطلاعات است که مدیران می‌توانند عدم اطمینان محیطی را به اطمینان تبدیل کنند. بررسی عملکرد گذشته و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن، با رویکرد طراحی برنامه‌های آینده، از زمینه‌هایی است که در صورت توجه مدیران به آن، موجب اثربخشی فعالیت‌ها می‌شود. (طبرسا، ۲۲:۱۳۸۲)

برنامه‌ریزی فرایندی است شامل اتخاذ و ارزیابی مجموعه‌ای از تصمیمات مربوط به یکدیگر، قبل از اجرای آن‌ها و با توجه به این باور که بدون اقدام عملی، احتمال وقوع وضعیت مطلوب در آینده وجود ندارد و چنانچه اقدام صورت پذیرد احتمال رسیدن به نتایج مورد نظر افزایش می‌یابد. به عبارت ساده‌تر، برنامه‌ریزی یعنی پاسخگویی به چگونگی امور و طراحی ساختارهای لازم برای دستیابی به هدف.

فلسفهٔ برنامه‌ریزی: برنامه‌ریزی به موازات مدیریت وجود دارد و فلسفه و

نظریه‌های مربوط به آن نیز در بین دانش، بینش و فن مدیریت است، مدیریتی که بدون مطالعهٔ قبلی، آینده‌نگری، پیش‌بینی و تعیین اهدافی به منظور رشد و توسعه باشد، به تصمیم‌گیری‌های به ناچار عجولانه و اعمالی خلق‌الساعه ختم می‌شود که نهایتاً بر نابسامانی قبلی می‌افزاید. (آیت‌الهی، ۲۵:۱۳۷۴)

اگرچه تعریف‌های زیادی از برنامه‌ریزی فرهنگی وجود دارد، اما در عمل، برنامه‌ریزی فرهنگی چیزی جز تعیین اهداف فرهنگی و شناسایی منابع و تخصیص بهینه آن منابع برای ارتقا و توسعه فرهنگی نیست. به عبارت دیگر، برنامه‌ریزی فرهنگی نوعی سامان‌بخشی به امور فرهنگی است و به قول دان لیوی، هم علم است و هم هنر. علم است چون کاربرد روش علمی در سیاستگذاری را به نمایش می‌گذارد و هنر است چون به مهارت و توانایی فردی یا جمعی خاص برای تحقق آن نیاز است.

کارایی سیاست فرهنگی در گرو تبدیل آن به زبان برنامه است. اصول سیاست فرهنگی هنگامی در عمل تحقق می‌یابد که در قالب برنامه فرهنگی با اهداف میانی، کمی و خط‌مشی‌های اجرایی مورد توجه قرار گیرد. شاید برنامه‌ریزی در بخش فرهنگ نتواند دست‌نیافتنی‌ها را دست‌یافتنی کند، اما قطعاً فقدان آن ممکن است دست‌یافتنی‌ها را دست‌نیافتنی کند. برنامه‌ریزی فرهنگی ممکن است امکان به‌کارگیری دقیق‌تر مدیریت سازمان‌ها و طراحی اقدام‌ها و فعالیت‌های فرهنگی متناسب با اهداف و اولویت‌ها را فراهم آورد. اصولاً برنامه‌ریزی بر اساس این فرض انجام می‌گیرد که ما با محدودیت امکانات و منابع در ابعاد مالی، انسانی و زمانی مواجه هستیم. هدف از برنامه‌ریزی فرهنگی در جامعه ایران، ارتقای جامعه ایرانی به مقامی است که افراد آن با شناخت تمدن و فرهنگ عظیم ایرانی ـ اسلامی و آگاهی از فرهنگ‌های دیگر ملل جهان در حفظ، اعتلا و اشاعهٔ فرهنگ خودی بکوشند و جامعه را در سیر به سوی توسعه فرهنگی، در ارتباط با توسعه اقتصادی و اجتماعی یاری برسانند و در نهایت هر فرد ایرانی بتواند در سایهٔ رسیدن به چنین توسعه‌ای، از زندگی مادی و معنوی بهتری برخوردار شود. (اسماعیلی، ۱۳۸۲)

به‌رغم عدم یکسان بودن سطوح پیشرفت کشورها، همواره مبالغ قابل توجهی از سرمایه ملی هر کشوری در راه انجام و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی صرف می‌شود. امروز استراتژی فرهنگی همواره با استراتژی توسعه مورد نظر بوده و از این رو

تفکیک‌ناپذیر شده است. مفهوم توسعه[1] به معنای بالفعل کردن پتانسیل‌های موجود، حکایت از این امر دارد که اجتماع و افراد، توانایی و قابلیت‌های بیولوژیک، روانی و جامعه‌شناختی دارند که می‌تواند به فعلیت برسد و انسان باید برای توسعه این قابلیت‌ها تلاش کند. (مسعودیان، ۱۶:۱۳۷۲)

عرصهٔ فرهنگ وسیع‌ترین عرصه فعالیت انسانی است. همه انسان‌ها در این عرصه وارد می‌شوند، از آن تأثیر می‌پذیرند و بر آن اثر می‌گذارند. در واقع انسان‌ها از فرهنگ برای برآورده کردن نیازهای گوناگون خود استفاده می‌کنند و در عین حال، خود ساخته و پرداخته فرهنگ هستند؛ به عبارتی دیگر، رابطه‌ای دائمی و متقابل میان انسان و فرهنگ وجود دارد. در واقع، دولت‌ها سعی می‌کنند تا از طریق برنامه‌ریزی کلان فرهنگی، توسعهٔ فرهنگی را در جامعه محقق کنند. (ناصری، ۳۲:۱۳۸۱)

انواع برنامه‌ریزی فرهنگی

چنگیز پهلوان، برنامه‌ریزی را به گونه‌های زیر تقسیم‌بندی کرده است:

برنامه‌ریزی آرمان‌گرایانه: این نوع برنامه‌ریزی جامع‌نگر است و تلقی کلانی از مقولهٔ فرهنگ دارد. از لحاظ روش‌شناختی، این نوع برنامه‌ریزی اهداف بزرگ و بلندمدت را مورد توجه قرار می‌دهد.

برنامه‌ریزی واقع‌بینانه: فرض اصلی این برنامه‌ریزی بر اساس واقعیت و مبتنی بر تجربه است و بر اساس شبکه‌ها و ساخت‌های موجود، که در دسترس هستند، شکل می‌گیرد.

برنامه‌ریزی توسعه‌گرا: پایه اصلی این برنامه‌ریزی به اصول اساسی برنامه‌ریزی آرمان‌گرایانه نزدیک است. این نوع برنامه‌ریزی نیازهای اصلی مردم را مورد توجه قرار می‌دهد و با مطالعه و شناخت، برنامه مورد نظر را به لحاظ قدرت، شیوه تحقق اهداف، ابزار و وسایل و بر اساس مشاوره و سازگاری جمعی تهیه و ارائه می‌کند.

برنامه‌ریزی راهبردی (استراتژیک): مشخص کردن حدود و نحوهٔ دخالت بخش‌های عمومی در برنامه‌ریزی، فرض اصلی این برنامه‌ریزی است و به مدیریتی

1. Development

بستگی دارد که برنامه را با توجه به شرایط حال و آینده برنامه‌ریزی می‌کند. (اسماعیلی، ۱۳۸۲)

مراحل برنامه‌ریزی فرهنگی

موفقیت در برنامه‌ریزی فرهنگی مستلزم مراحلی است که در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. تجزیه و تحلیل گذشته پدیده فرهنگی که می‌خواهیم برای آن برنامه طراحی کنیم.

۲. طراحی، تدوین و ترسیم دقیق اهداف فرهنگی

۳. بررسی علمی نیازها و نگرش‌های اجتماعی گروه مخاطب و شناسایی مناسبات حاکم بر آن‌ها به منظور دستیابی به اولویت نیازها

۴. شناسایی قابلیت، امکانات و توانمندی‌های ممکن در ابعاد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

۵. شناسایی موانع، مشکلات و محدودیت‌ها جهت اجرای برنامه در ابعاد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری

۶. طراحی برنامه‌ها با توجه به اهداف، سنجش نیازها، قابلیت‌ها و محدودیت‌ها

۷. ابلاغ برنامه به مجریان

نظارت، ارزشیابی، رفع موانع احتمالی و در صورت نیاز تجدیدنظر در برنامه و طراحی برنامه عملیاتی و اتخاذ استراتژی جدید (رضایی، ۱۳۸۰: ۳۹ ـ ۴۷)

شاخص‌های فرهنگی[1]

از آن‌جا که ارزیابی منطقی فرهنگ و تحولات فرهنگی با تهیه و تدوین و به‌کارگیری شاخص‌های علمی امکان‌پذیر است، تدوین شاخص‌های فرهنگی کشور مستلزم توجه به آرمان‌ها، اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی و گردآوری داده‌ها و اطلاعات و تجزیه و تحلیل آن‌هاست.

در لغت وسیله مشخص کردن هر موضوع را شاخص آن موضوع گویند.

---

۱. با تلخیص از سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی.

شاخص‌ها به منزله معیارهایی هستند که به وسیله آن‌ها می‌توان کمیت، کیفیت و یا ثبوت یک موضوع را اندازه‌گیری کرد. از آن‌جا که بررسی و تجزیه و تحلیل موضوعات نیازمند اطلاعات مناسب است، شاخص‌ها اولین مجموعه اطلاعات در مورد یک موضوع را به دست می‌دهند و در واقع، اولین پل ارتباطی کارشناس با موضوع مورد نظر است. تأثیر گسترده شاخص‌ها در شناخت موضوعات و به تبع آن در ارزیابی و برنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی، ضرورت اهتمام و دقت کافی در تعیین شاخص‌ها را روشن می‌سازد. شاخص‌های فرهنگی در جهت شناخت موقعیت کنونی و ارزیابی عملکرد گذشته فعالیت سازمان‌های فرهنگی، سنجش موقعیت برنامه‌های فرهنگی در سطوح مختلف و همچنین تعیین وضعیت مطلوب آن‌ها در آینده کاربرد فراوان دارد. شاخص‌ها را از لحاظ سطح به شاخص‌های کلان و خرد و از لحاظ ارتباط با موضوع به شاخص‌های مستقیم و غیر مستقیم تقسیم می‌کنند.

گزاویه دوپویی، شاخص‌های فرهنگی را از لحاظ نظری به پنج دسته کلی شامل شاخص‌های وضعی، شاخص‌های وسایل، شاخص‌های نتایج، شاخص‌های کارایی درونی و شاخص‌های کارایی بیرونی دسته‌بندی می‌کند.

شاخص‌ها در واقع ترجمان اهداف کلان و کیفی هستند که جهتگیری مدیران به سوی اهداف را دقیق‌تر می‌کنند. دقت در جهتگیری از یک سو باعث عدم اتلاف منابع می‌شود و از سوی دیگر، تحقق اهداف و سیاست‌های سازمان را میسر می‌سازد. با درک این مهم و با عنایت به منعطف بودن فعالیت‌های حوزهٔ فرهنگ و همچنین عدم اتفاق نظر در تعاریف، مفاهیم و واژه‌ها، ضرورت تدوین شاخص‌هایی که بتواند بر مبنای آن چارچوب و محدودهٔ فعالیت‌ها را مشخص کرد، هر روز بیش از پیش جلوه‌گر می‌شود. وجود معیارها و شاخص‌های معین و مشخص به منظور بررسی عملکرد گذشته و هدفگذاری برای آینده، از جمله مواردی است که ممکن است فرایند تخصیص بهینهٔ منابع و بازنگری در برنامه‌ها، اهداف و ساز و کارهای حصول به آن‌ها را تسهیل کند. (طبرسا، ۱۳۸۲: ۲۲ ـ ۲۳)

بدیهی است که تدوین شاخص‌ها به عنوان نخستین گام در گسترش عدالت فرهنگی و بهره‌مندی همگان از محصولات و تولیدات فرهنگی ضروری است. از سوی دیگر، به منظور شناخت تحولات فرهنگی جامعه، افزایش کارایی

دستگاه‌های مسئول و نظارت مستمر بر فعالیت‌های فرهنگی، لازم است که با مشخص کردن تعاریف و مفاهیم اصلی بخش فرهنگ، شاخص‌های فرهنگی متناسب با اهداف نظام جمهوری اسلامی ایران و سیاست‌های فرهنگی مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی تعریف شود و متعاقب آن تولید آمار و اطلاعات مورد نیاز، بر اساس شاخص‌های تعریف شده، فرایند برنامه‌ریزی را در بخش فرهنگ تصحیح و تسهیل کند. (همان:۳۲ ـ ۳۳)

در خصوص سابقه تدوین شاخص‌های فرهنگی باید گفت، برخلاف شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی که تدوین آن‌ها سابقه زیادی دارد و امروزه نظام منسجمی یافته است، سابقه تدوین شاخص‌های فرهنگی بسیار کم است و کار بر روی آن‌ها هنوز در مراحل ابتدایی است. در سطح جهانی اولین بار یونسکو در سال ۱۹۹۸ به طور منسجم با تهیه گزارش جهانی فرهنگ، به ارائه شاخص‌های فرهنگی کشورهای جهان همراه با داده‌های مربوط به آن پرداخت، و البته هنوز هم بحث‌های زیادی در باره ماهیت، حدود و ابعاد این شاخص‌ها مطرح است. به همین دلیل، شاخص‌های فرهنگی در اکثر کشورها بسیار محدود و داده‌های مربوط به آن‌ها بسیار ناقص است.

منابع استخراج شاخص‌های فرهنگی

برای تدوین شاخص‌های فرهنگی به منظور ارزیابی وضع فرهنگ، هنر و ارتباطات، منابع مختلفی وجود دارد. منابع ذیل می‌تواند در تدوین شاخص‌ها از جمله شاخص‌های فرهنگی بسیار مؤثر باشد:

ـ قانون اساسی، اعلامیه‌ها و سخنرانی‌های رهبران سیاسی و اسنادی که دیگر مراجع ذی‌صلاحیت تهیه و تصویب می‌کنند و در آن‌ها شرایط مطلوب (فرهنگی) و رسیدن به شرایط نوین مطرح می‌شود.

ـ برنامه‌ها و طرح‌های توسعه از دیگر منابع استخراج شاخص‌هاست. بدین ترتیب که از اهداف کیفی، سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات اجرایی آن‌ها در بخش فرهنگ می‌توان به عنوان منابع استخراج شاخص‌ها استفاده کرد و البته با تدوین شاخص‌ها به ارزیابی عملکرد آن‌ها پرداخت.

ـ ادراک مردم و گروه‌های مورد مطالعه که از برنامه‌های فرهنگی بیش‌تر متأثر هستند، از دیگر منابع استخراج شاخص‌هاست.

ـ مسائل و مشکلات و نیازهای اساسی مردم.
ـ کم و کیف وظایف و فعالیت‌های دستگاه‌ها و نهادهای مسئول در بخش فرهنگ، هنر و ارتباطات نیز معمولاً به عنوان یکی از منابع استخراج شاخص‌ها استفاده می‌شود. (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

انواع شاخص‌های عمدهٔ بخش فرهنگ

شاخص‌های بخش فرهنگ به علت ارتباط گسترده این بخش با سایر بخش‌ها (سیاست و اقتصاد) و همچنین با توجه به ماهیت فعالیت‌های فرهنگی از تنوع خاصی برخوردار است، به گونه‌ای که برای سنجش یک فعالیت فرهنگی می‌توان شاخص‌های مختلفی را در نظر گرفت. بدین ترتیب با توجه به هدف مورد نظر جهت بررسی و ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی، انواع شاخص‌های مستقیم و غیر مستقیم در قالب‌های ذیل کاربرد دارند:
ـ شاخص‌های مالی که عمدتاً میزان بودجه و تخصیص منابع مالی را برای امور فرهنگی بیان می‌کنند. این شاخص‌ها درجه اهمیت و نحوه توزیع امکانات را برای فعالیت‌های فرهنگی نشان می‌دهند و در تحلیل‌های اقتصادی ـ فرهنگی کاربرد دارند.
ـ شاخص‌های ساختی که بیانگر ساختار نیروی انسانی، توزیع امکانات آموزشی، تحقیقی و مانند آن در یک بخش فرهنگی است.
ـ شاخص‌های جمعیتی که سنجش استفاده از امکانات توسط جمعیت یک جامعه و یا توزیع امکانات نسبت به جمعیت را در نظر دارند.
ـ شاخص‌های بازدهی که برای اندازه‌گیری اثربخشی و بازدهی یک فعالیت و یا برنامه فرهنگی کاربرد دارند.

طبقه‌بندی شاخص‌های فرهنگی رفاه و توسعهٔ انسانی

با توجه به نقشی که فرهنگ در گسترش و تقویت توانایی‌ها و گزینش‌های انسان دارد و نقشی که انسان در توسعه دارد، در این زمینه مک کینلی (یونسکو، ۱۹۸۸) اساساً به شاخص‌هایی توجه دارد که بر هنجارهای اخلاقی پذیرفته شدهٔ جهانی ـ که ممکن است فرهنگ‌های بازدارنده توسعه را از فرهنگ‌های مشوق آن متمایز سازد ـ

استوار است. سن (همان) در خصوص شاخص‌های فرهنگی رفاه و توسعهٔ انسانی بر توانایی‌هایی تأکید دارد که به افراد کمک می‌کنند تا هدف‌های متفاوتی را دنبال کنند و کارکردهای متنوعی داشته باشند. وی با توجه به اهمیت توانایی افراد، معتقد است که در گزینش شاخص‌ها، مسئله حقوق بشر نیز باید مد نظر قرار گیرد. بنابراین، می‌توان همه فرهنگ‌ها را بر طبق این معیار مورد سنجش و ارزیابی قرار داد. بر همین اساس، شاخص‌های فرهنگی رفاه و توسعه انسانی به شرح ذیل قابل طبقه‌بندی است:

۱. شاخص‌های آزادی فرهنگی: حقوق گروهی نظیر حقوق زبانی اقلیت‌ها و حقوق فردی نظیر آزادی بیان اولین مجموعه از این شاخص‌هاست. برای معرفی این حقوق از شاخص‌های کیفی استفاده می‌شود.

مهم‌ترین شاخص‌های آزادی فرهنگی عبارتند از: امنیت شخصی، نبود تبعیض، آزادی اندیشه و بیان و حق تعیین سرنوشت خود.

۲. شاخص‌های خلاقیت: مهم‌ترین شاخص‌های خلاقیت عبارتند از:

ــ هزینه‌های فرآورده‌های فرهنگی و فعالیت‌های فرهنگی
ــ خلق فرآورده‌های جدید
ــ تعداد افرادی که به طور مستقیم به فعالیت خلاق می‌پردازند

۳. شاخص‌های گفتگوی فرهنگی: مهم‌ترین شاخص‌های گفتگوی فرهنگی عبارتند از:

ــ سواد و دستاوردهای آموزشی
ــ ابزار ارتباطات مانند روزنامه، تلفن، رسانه‌ها، امکانات پستی، دورنویس، اینترنت
ــ تنوع گفتگو

۴. شاخص‌های عملکردهای فکری و زیبایی‌شناسی: برای این عملکردها می‌توان شاخص‌های ذیل را در نظر گرفت:

ــ شاخص آموزش
ــ شاخص پژوهش
ــ شاخص انتشار کتاب‌ها، روزنامه‌ها و مجلات جدید
ــ شاخص تولید موسیقی، تئاتر، تهیه فیلم و برنامه‌های تلویزیونی، نقاشی‌ها

ـ شاخص مصرف کتاب، مجله، روزنامه
ـ شاخص مصرف تولیدات موسیقی، تئاتر، فیلم، برنامه‌های تلویزیونی، نوارهای ویدئویی، موزه‌ها و مانند آن

۵. شاخص‌های فعالیت اجتماعی و سیاسی: هرچند شاخص‌های فعالیت اجتماعی و سیاسی بی‌شماری وجود دارد، گزینش تعدادی از شاخص‌های کلیدی که معرف برخی فعالیت‌های پایه باشند، منطقی‌تر است. سه زمینه را می‌توان در این مورد انتخاب کرد.
ـ خشونت
ـ تبعیض
ـ شاخص آزادی سیاسی، به‌خصوص آزادی اندیشه و بیان و آزادی فعالیت‌های سیاسی. (همان)

محدودیت‌های شاخص‌سازی فرهنگی

به دلیل سیال بودن فرهنگ و حیطهٔ معنوی آن، ممکن است وجوه قابل تجربه واحد در زمان‌ها و شرایط متفاوت نمایانگر معانی متفاوت باشند. همچنین به دلیل حیطه‌های بین ذهنی، ممکن است وجوه قابل تجربه واحد، در ترکیب با معانی دیگر در ساخت آن‌ها معانی متفاوتی را برسانند. از این رو، شاخص‌سازی فرهنگی همیشه برچسب «نیست» را بر خود دارد و هر گونه شاخص‌سازی به طور مداوم باید با تحقیق اجتماعی، آن هم تحقیقی که تجربه زیسته و مشترک با جامعه مورد نظر همراه باشد، در حیطه‌های گروهی و قشری آزموده و بازسازی شود.

مشکلات و موانع اندازه‌گیری و ارزیابی فرهنگ

فرهنگ و امور فرهنگی دارای زمینه گسترده و پیچیده‌ای است و این پیچیدگی و عدم تمایز مرزهای امور فرهنگی با سایر بخش‌ها از جمله مسائلی است که ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی را دشوار می‌کند. شاخص‌های بخش فرهنگ نیز به دلیل ارتباط گسترده این بخش با سایر بخش‌ها، از تنوع بسیاری برخوردار است و ارزیابی هر فعالیت فرهنگی با توجه به هدف ارزیابی، نوع خاصی از این شاخص‌ها را طلب می‌کند. مهم‌ترین موانع ارزیابی و سنجش فرهنگ عبارتند از:

ـ فقدان داده‌های کامل و کافی
ـ فقدان چارچوبی واحد برای تعیین قلمرو فرهنگ و امور فرهنگی
ـ دشواری و در مواردی غیرممکن بودن ارزیابی ابعاد کیفی فرهنگ (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

شاخص‌های فرهنگی یونسکو

یونسکو در گزارش جهانی فرهنگ در سال ۱۹۹۸ و ۲۰۰۲ به ارائه شاخص‌های فرهنگی کشورهای جهان همراه با داده‌های مربوط به آن‌ها پرداخته است. البته این شاخص‌ها به هیچ وجه بر ارزیابی جهانی فرهنگ تدوین نشده‌اند، زیرا فرهنگ جهان متنوع و پیچیده است. این شاخص‌ها تنها جنبه‌هایی از فرهنگ جهانی را که به آسانی قابل سنجش است نشان می‌دهند. در گزارش سال ۱۹۹۸ یونسکو حدود ۱۲۵ شاخص معرفی شده که طبقات اصلی شاخص‌های ارائه شده به شرح زیر است:

فعالیت‌های فرهنگی شامل:
ـ روزنامه، کتاب و کتابخانه
ـ رادیو، تلویزیون، سینما
ـ موسیقی
ـ هنرهای نمایشی
ـ بایگانی و موزه‌ها
ـ تعطیلات عمومی
ـ محوطه‌های میراث جهانی
ـ تجارت کالاهای فرهنگی
ـ جهانگردی بین‌المللی
ـ ارتباطات و فناوری‌های جدید

گرایش‌های فرهنگی شامل:
ـ کتاب، روزنامه‌ها و اوراق چاپی، رادیو و تلویزیون، سینما، ارتباط و سفر، مبادلات فرهنگی
ـ پذیرش کنوانسیون‌های فرهنگی
ـ کنوانسیون‌های حقوق بشر

- ترجمه و انتشار کتاب به زبان‌های خارجی
- ترجمه از زبان اصلی
- نویسندگانی که آثارشان بیش‌تر ترجمه شده است
- محیط زیست
- کنوانسیون‌های میراث فرهنگی (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

شاخص‌های فرهنگی در ایران

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در گزارش سالانه خود به ارائه فعالیت‌ها و شاخص‌های مهم فرهنگ و هنر در کشور مبادرت می‌ورزد. در گزارش سال ۱۳۷۸ این شاخص‌ها در قالب طبقات اصلی ذیل طبقه‌بندی و تفکیک شده است:

- فرهنگ مکتوب (شامل کتاب، نشریات ادواری و غیر ادواری، کتابخانه‌ها، چاپ و آموزش)
- رادیو و تلویزیون
- سینما، عکس و ویدئو
- نمایش (تئاتر)
- موسیقی
- ادبیات
- معارف
- میراث فرهنگی
- ورزش
- گردشگری
- هنرهای تجسمی
- محیط زیست
- فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور
- بودجه فرهنگی

همان‌طور که ملاحظه می‌شود این شاخص‌ها بیش‌تر در قالب برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دولت محدود شده و بیش‌تر بر زمینه‌های قابل سنجش و اندازه‌گیری آسان تأکید دارد. این شاخص‌ها همچنین جنبه‌های کلی و عمومی

فرهنگ را منعکس می‌سازد که کم و بیش در سایر کشورهای جهان نیز وجود دارد. تنها تفاوت و وجه تمایز آن شاخص «معارف» است که صرفاً چند شاخص محدود را به طور کمی نشان می‌دهد.

شاخص‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات در کشورهای مورد مطالعه

به منظور بررسی شاخص‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات در کشورهای جهان، یک کشور از هر حوزهٔ فرهنگی انتخاب و بدین ترتیب ده کشور برای مطالعه مشخص شد. امکان دسترسی به اطلاعات و داده‌های لازم و همچنین اهمیت هر کشور در بین کشورهای هر حوزه در انتخاب آن تعیین‌کننده بود. کشورهای مورد مطالعه عبارتند از: عمان (حوزه اسلامی)، هلند (حوزه اروپایی)، کانادا (حوزه آمریکای شمالی)، برزیل (حوزه آمریکای لاتین)، آفریقای جنوبی (حوزه آفریقای سیاه)، هند (حوزه هندی)، سنگاپور (حوزه آسیای جنوب شرقی)، ژاپن (حوزه چینی - ژاپنی)، رومانی (حوزه اسلاو - روسی) و استرالیا (حوزه استرالیایی - اروپایی).

طبق بررسی‌های انجام شده، متأسفانه در مورد کشورهای منتخب، مطالعه‌ای تحت عناوین در سطح ملی انجام نشده که با استناد به آن بتوان شاخص‌های «تحلیل و ارزیابی فرهنگ» مشابه و روش‌های ارزیابی وضع فرهنگ، هنر و ارتباطات را در هر کشور مطالعه کرد. آنچه عملاً در مورد این کشورها در دسترس است، گزارش سالانه فرهنگ و یا سالنامه آماری است که در آن‌ها بخشی از شاخص‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات همراه با داده‌های مربوط به آن‌ها ارائه شده است.

نتیجه‌گیری

بررسی‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که در کشورهای مختلف جهان اقدامات چندانی در خصوص تدوین شاخص‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات، به‌ویژه ارزیابی آن‌ها، انجام نشده و تلاش‌هایی که تاکنون انجام شده، در مراحل ابتدایی خود است. آنچه در کشورهای ده‌گانه مورد بررسی تحت عناوین شاخص‌های فرهنگ همراه با داده‌های مربوط به آن ارائه شده و عناوین اصلی آن در این گزارش معرفی شد، حاکی از نگرش خاص و محدود به مقوله فرهنگ است. این شاخص‌ها تنها با یکی از کاربردهای چهارگانه مفهوم فرهنگ از نظر ریموند و ویلیامز (آثار و فعالیت‌های

فکری و به‌ویژه هنری که بیش‌تر شامل شعر و ادبیات و هنرهای مختلف می‌شود) تا حدودی انطباق دارد. در واقع متناسب با سایر ابعاد فرهنگ اقدامات چندانی برای شاخص‌سازی و ارزیابی فرهنگ به عمل نیامده است.

با توجه به همین نگرش خاص و محدود به مقوله فرهنگ در تدوین شاخص‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات، شاخص‌های ارائه شده در کشورهای ده‌گانه مورد بررسی به گونه‌ای نیستند که بتوانند منعکس کننده خصوصیات حوزه فرهنگ مربوط به خود باشند. به عنوان مثال، شاخص‌های ارائه شده در کشور عمان به عنوان یک کشور اسلامی هم بسیار محدود است و هم انطباق چندانی با حوزه فرهنگ اسلامی ندارد. هرچند که محدودیت‌های مربوط به شاخص‌ها و شاخص‌سازی در این زمینه تأثیرگذار است، ولی از توان واقعی شاخص‌ها نیز برای منعکس ساختن ابعاد فرهنگ به صورت کامل استفاده نشده است. به طور کلی شاخص‌های موجود در بسیاری از کشورها، اولاً محدود به جنبه‌هایی از فرهنگ است که به سهولت قابل سنجش و اندازه‌گیری است، ثانیاً این شاخص‌ها منحصر به حوزه‌هایی است که دولت‌ها متولی آن هستند. در واقع، در زمینه‌هایی که دولت‌ها کم و بیش متولی آن هستند و در برنامه‌های فرهنگی به آن می‌پردازند، شاخص‌ها تا حدودی تدوین و داده‌های لازم گردآوری شده است، ولی در اکثر زمینه‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات که خارج از تصدی دولت‌هاست، اقدامات چندانی صورت نگرفته است. همچنین شاخص‌های فرهنگ و هنر در کشورهای مورد بررسی بیش‌تر با سرمشق واقع‌گرا در زمینه فرهنگ منطبق است، که معیارهای ارزیابی خواسته‌ها و تمایلات مردم و روش‌شناسی آن تحلیلِ هزینه و فایده است. علاوه بر این، هنجارهای فرهنگی در این کشورها از نوع رایج و آماری است، در حالی که در برنامه‌های فرهنگی کشور ما، هنجارهای مطلوب و آرمانی اخذ شده از اسلام مورد نظر است.

برای تدوین شاخص‌های فرهنگ، هنر و ارتباطات در کشور، شاخص‌های ارائه شده در دیگر کشورها تا حدودی قابل استفاده است، یعنی در عرصه‌های کتاب و کتابخانه، روزنامه‌ها و نشریات ادواری، گردشگری، ورزش، میراث فرهنگی و طبیعی، سینما، فیلم و ویدئو، هنرهای نمایشی، موسیقی، ارتباطات، تجارت و مبادله کالاهای فرهنگی می‌توان به نوعی از شاخص‌های کشورهای توسعه یافته‌ای

مانند کانادا، ژاپن و استرالیا استفاده کرد. این شاخص‌ها برای ارزیابی فرهنگ کشور لازم ولی ناکافی است. علاوه بر این شاخص‌ها، باید به حوزه‌های دیگر فرهنگ از جمله حوزه فرهنگ دینی، گرایش‌ها، ارزش‌ها، رفتارها، اعتقادات و باورها و مانند آن نیز توجه شود. با تدوین شاخص‌های فرهنگ در همه ابعاد آن و از طریق ایجاد یک نظام آماری کارآمد می‌توان به ارزیابی وضعیت فرهنگ، هنر و ارتباطات در راستای اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های کلان بخش فرهنگی در کشور پرداخت.

۲

دیپلماسی فرهنگی، جهانی‌شدن (نظریه و رویکردها)

مقدمه

شاید به جرئت بتوان گفت تعریف واژهٔ نظریه به اندازهٔ تعریف فرهنگ دشوار است، ولی منظور ما از این واژه عبارت است از «فرض یا منظومه‌ای از افکار که چیزی را توضیح دهد» (اسمیت، ۱۸:۱۳۸۳) و نظریه فرهنگی را برای توضیح ماهیت فرهنگ و تبعات آن برای زندگی اجتماعی در نظر می‌گیریم. در این بخش نظریات فرهنگی مانوئل کاستلز، گیدنز، والرشتاین، پارسونز و جایگاه فرهنگ در دیدگاه سازه‌گرایی در عرصهٔ بین‌الملل را بررسی می‌کنیم.

از آن‌جا که موضوع این کتاب رویکرد فرهنگی در عرصه بین‌الملل است و رفتار و عملکرد دست‌اندرکاران نهادهای بین‌المللی و کشورها در این عرصه متأثر از فرهنگ‌های حاکم بر جوامع آن‌هاست، در نتیجه، سعی شده است نظریه‌هایی انتخاب شوند که فرهنگ و نقش فرهنگ را در اجتماع به‌ویژه در معادلات بین‌المللی و روابط بین کشورها مورد بحث و کنکاش قرار دهند.

از میان پنج نظریه منتخب، نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز را به عنوان نظریه غالب و اصلی در این کتاب در نظر گرفتیم، زیرا کاستلز در این نظریه، جهان آینده را جهان مجازی، شبکه‌ای هوشمند با تار و پود اطلاعات و ارتباطات الکترونیک،

نوآور، درهم تنیده و پیچیده، ساختارزدا، دارای انعطاف‌پذیری بسیار، فراگیر، متکی بر تکنولوژی و اطلاعات، مرزشکن، متحول، سیال، به هم پیوسته، تمرکززدا، دارای ماهیتی فرهنگی و همراه با بحران هویت تلقی می‌کند که موجب دگرگونی جوامع در تمامی ساختارها و عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌شود.

با توجه به این‌که ساختار نوین جهانی با ماهیتی فرهنگی و با تبدیل اطلاعات به نماد از طریق گسترش ارتباطات رسانه‌ای موجب ایجاد فضای مجازی و به تبع آن فرهنگ مجازی و ساختارهای مجازی و گسترش مراودات ملت‌ها و مردمان این کره خاکی می‌شود، شناخت جوامع و فرهنگ‌های حاکم بر آن‌ها را ضروری می‌سازد که این نکته تأکیدی بر ایجاد و گسترش تبادل فرهنگی است.

جمهوری اسلامی ایران نیز به عنوان یک کشور دارای فرهنگ و تمدن کهن، زنده، تأثیرگذار، در حال توسعه و صاحب‌نظر، نه تنها از این دنیای اطلاعات و ارتباطات منفک نبوده و نمی‌ماند، بلکه این دنیای به هم پیوسته را فرصتی برای رساندن صدای عدالت‌طلبی، انسان‌دوستی و صلح‌طلبی اسلام برای سعادت جامعه بشری و جبران عقب‌ماندگی در عرصه‌های مختلف علمی، فرهنگی و اقتصادی تلقی می‌کند.

همچنین در ادامه نظریه‌ها به بحث پیرامون توسعه فرهنگی در عصر جهانی‌شدن با توجه به نقش و جایگاه توسعه فرهنگی در توسعه جوامع می‌پردازیم.

جامعه شبکه‌ای

مانوئل کاستلز متولد سال ۱۹۴۲ میلادی در اسپانیا، تحولات تکنولوژیکی در حال وقوع را انقلاب تکنولوژی اطلاعات می‌نامد و آن را ابزاری مؤثر در اجرای فرایند بنیادین تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری می‌داند. در واقع، کاستلز در تدوین سه‌گانه عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ، به بررسی «پیدایش یک ساختار اجتماعی نوین» می‌پردازد. این ساختار اجتماعی نو با پیدایش یک شیوه جدید توسعه، یعنی با اطلاعات‌گرایی، ارتباط دارد که به لحاظ تاریخی از تجدید ساختار شیوه تولید سرمایه‌داری در اواخر قرن بیستم شکل گرفته است. در دیدگاه نظری وی که زیربنای این رویکرد است، چنین فرض می‌شود که جوامع، پیرامون فرایندهای انسانی‌ای سازمان یافته‌اند که ساختار آن‌ها را روابط «تولید»، «تجربه» و «قدرت» تعیین می‌کنند که به شکل تاریخی تعیّن یافته‌اند. آنچه مد نظر ماست بررسی شکل‌گیری، ویژگی و

تأثیر این جامعه نوین به عبارتی جامعه شبکه‌ای در ساختار جوامع کنونی جهان از نظر کاستلز است.

«بررسی ساختار اجتماعی نوظهور در حوزه‌های مختلف فعالیت و تجربه انسانی ما را به نتیجه‌ای فراگیر رهنمون می‌سازد: به عنوان روندی تاریخی، کارکردها و فرایندهای مسلط در عصر اطلاعات هر روز بیش از پیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در حالی که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر زمان‌ها و مکان‌ها نیز وجود داشته است، پارادایم نوین تکنولوژی اطلاعات، بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتاسر ساختار اجتماعی فراهم می‌آورد.» (کاستلز، ج ۱، ۵۴۳:۱۳۸۰) به این ترتیب، عزم اجتماعی ایجاد شده از طریق منطق شبکه‌ای از سطح منافع اجتماعی شبکه فراتر می‌رود، به عبارتی: «قدرت جریان‌ها از جریان‌های قدرت پیشی می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی مسلط تغییر در جامعه ما هستند.» (همان:۵۴۳) و این همان جامعه شبکه‌ای است که مهم‌ترین ویژگی آن برتری ریخت اجتماعی بر کنش اجتماعی است.

این جامعه شبکه‌ای در ساختار و کارکردهای غالب خود حول شبکه‌ها و جریان‌هایی با نمود ظاهر سرمایه‌داری (کاپیتالیستی) ولی متفاوت با نوع سرمایه‌داری عصر تمدن صنعتی شکل گرفته است. سرمایه‌داری عصر فراصنعتی متکی به نوعی دینامیسم درونی، بدون حد و مرز، دارای انعطاف زیاد، فزون‌طلب و گسترش‌پذیر و بسط‌یابنده و در عین حال، متکی به منطق شبکه است. هر شبکه از شماری نقاط اتصال یا گره مشابه سیناپس‌های سلسله اعصاب تشکیل یافته که سرمایه میان آن‌ها جریان می‌یابد و کنترل بر شبکه از طریق آن‌ها اعمال می‌شود. بدین ترتیب، صحنه جهانی به دو قطب اعضای شبکه و محرومان از عضویت در شبکه تقسیم می‌شوند. در حالی که گروه دوم به تدریج در مسیر نابودی و گروه نخست به صاحبان قدرت و کنترل‌کنندگان واقعی نظم امور بدل می‌شوند.

دینامیسم درونی جامعه شبکه‌ای، به طور مداوم با پیروی از منطق شبکه با مرزشکنی و فراروی از چارچوب‌های موجود، در کار شکل دادن روابط درونی این

شبکه و استقرار نهادهای فراگیرتر خواهد بود. کاستلز معماری ساختار شبکه به صورت دائماً سیال، انتقال سرمایه با سرعت و حجم زیاد در درون شبکه، تنهاشدن نیروی انسانی، فعال شدن بخش‌ها و مناطق با اهمیت و افراد واجد پیوندهای استراتژیک به شبکه و حذف بخش‌های کم‌اهمیت و افراد فاقد پیوند و بی‌اثر کردن نظارت‌ها را برخی جنبه‌های منطق شبکه می‌شمارد.

کاستلز در باره به وجود آمدن این شبکه اعتقاد دارد که با ظهور صنعت چاپ در اواخر دوره رنسانس در اروپا، سپس به تدریج در نقاط دیگر کره زمین، انقلاب اطلاعات در دهه ۱۹۷۰ از دره سیلیکون در کالیفرنیا آغاز شد که با شتاب و سرعتی که در طول تاریخ سابقه نداشته، سپهرهای طبیعی، فرهنگی و معنوی آدمی را در سراسر این کره خاکی به طور بنیادین متحول ساخت. و در نتیجه، «تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، امکان ظهور جامعه‌ای شبکه‌ای را فراهم آورده که افراد و جوامع را در درون قالب‌های تازه، هویت‌های تازه می‌بخشد و تعاریف تازه‌ای از انسان عرضه می‌کند، در عین حال، خود این شبکه تحت تأثیر دینامیسم داخلی دستخوش تغییرات دائمی و در نتیجه، ایجاد الگوهای جدید زیست و حیاط در نقاط مختلف است.» (همان: ۲۰)

دره سیلیکون در ناحیه سانتاکلارا در سی مایلی جنوب سان‌فرانسیسکو بین استانفورد و سن‌خوزه واقع است. به گفتهٔ کاستلز، قلب نوآوری‌های الکترونیک به مدت چهار دهه به همت ۲۵۰ هزار نفر در این منطقه تپیده است.

جامعه شبکه‌ای یکی از ویژگی‌های سرمایه‌داری متکی به اطلاعات و محصول همگرایی سه فرایند تاریخی مستقل انقلاب اطلاعات، تجدید ساختار سرمایه‌داری و اقتصاد متکی به برنامه‌ریزی و نهضت‌های فرهنگی دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ است. انقلاب اطلاعات ظهور جامعه شبکه‌ای را امکانپذیر ساخت، تجدید ساختار سرمایه‌داری و اقتصاد متکی به برنامه‌ریزی متمرکز از دهه ۱۹۸۰ با هدف غلبه بر تعارض‌های درونی این دو نظام به وجود آمد و در نهایت نهضت‌های فرهنگی دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ یعنی نهضت‌ها و جنبش‌هایی مانند فمینیسم و طرفداری از محیط زیست ظهور کرد.

کاستلز ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای را این‌چنین برمی‌شمارد:

۱. اقتصاد اطلاعاتی:[1] که در آن بهره‌وری از حوزه‌های مختلف اقتصادی مناطق و کشورها، بیش از هر زمان دیگر به معرفت و دانش، اطلاعات، تکنولوژی لازم برای پردازش این اطلاعات، از جمله تکنولوژی مدیریت و مدیریت تکنولوژی، متکی شده است. این نوع اقتصاد فرا صنعتی در قیاس با اقتصاد صنعتی، در صورتی که با مقررات و قوانین مقید و محدود نشود، از قابلیت طرد، دفع و به حاشیه‌رانی به مراتب بیش‌تری برخوردار است.

۲. اقتصاد جهانی:[2] این پدیده متفاوت از اقتصاد جهان[3] به معنای انحای مبادلات تجاری در سطح جهان است که قرن‌ها در جریان است. اقتصاد جهانی در مقام یک واقعیت اجتماعی نو، در درونی‌ترین هسته‌های شکل‌دهنده خود دربرگیرنده فعالیت‌های استراتژیک مسلطی است که قادرند در مقام یک واحد به هم وابسته به صورت اقتصادی شبکه‌ای، انواع کار و تکاپوی اقتصادی را در تراز جهانی و مقیاس سیاره‌ای در زمان واقعی به مورد اجرا درآورند.

۳. فعالیت‌های اقتصادی شبکه‌ای: این فعالیت‌ها، نوع تازه‌ای از سازمان و تشکیلات است که مشخصه فعالیت اقتصاد جهانی به شمار می‌آید و با منطق خاص خود بر دیگر سازمان‌ها و تشکیلات سلطه پیدا می‌کند. شرکت‌های چندملیتی، اتحادیه‌های استراتژیک میان مؤسسات بزرگ، شبکه‌های تولید و توزیع مواد مخدر و کالاهای قاچاق و... از جمله نمونه‌های موجود این شبکه است.

۴. تحول در نحوه انجام کار و در ساختار اشتغال: روابط کاری گذشته در ساختارهای گسترده صنعتی یا اداری میان کارگر و کارفرما یا رئیس و مرئوس جای خود را به مراتب قابل انعطاف‌تر در محدوده‌های با حجم کوچک‌تر از حیث افراد شاغل داده است. شیوه‌های خوداشتغالی، کار پاره‌وقت و اشتغال برای یک دوره موقت جای قراردادهای بلندمدت و استخدام‌های مادام‌العمر را گرفته است.

۵. ظهور قطب‌های متقابل: فرایند جهانی‌شدن و شبکه‌ای شدن فعالیت‌های اقتصادی موجب قوت بخشیدن به تلاش‌های فردی و تضعیف نهادهای اجتماعی نظیر اتحادیه‌های کارگری و یا دولت رفاه می‌شود. این تحولات به نوبه خود به تقابل میان افرادی که به اطلاعات دسترسی و توانایی بهره‌مندی از آن را دارند و کسانی که

---

1. Informational Economy
2. Global Economy
3. World Economy

از این فرصت محرومند، دامن می‌زنند و افزایش فاصله این دو گروه منجر به حاشیه رفتن و طرد شدن گروه دوم از اجتماع اطلاعاتی می‌شود.

۶. فرهنگ واقعیت مجازی:[1] فرهنگ عصر اطلاعات، در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه‌های الکترونیک شکل می‌گیرد. این واسطه‌های متنوع با توجه به گوناگونی مخاطبان، مجموعه‌هایی غنی از حیث محتوای نمادین و در قالب متون الکترونیک در اختیارشان قرار می‌دهند. به این ترتیب، این فضای مجازی، حاوی اطلاعات متکثر و متنوع به صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید، فضای اصلی تعامل‌های معرفتی را کم و بیش در اختیار می‌گیرد.

۷. سیاست بر بال رسانه‌ها: در فضای مسلط فرهنگ متکی به واقعیت مجازی، بازیگران سیاسی به منظور بقا و حضور در صحنه و تأثیرگذاری بر روند تحولات ناگزیرند از رسانه‌های حامل نمادهای الکترونیک، و به‌خصوص تلویزیون، به صورت تمام‌عیار بهره‌برداری کنند.

۸. زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها: انتقال آنی اطلاعات، داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط همزمان میان افراد در نقاط مختلف، به تبع جامعه شبکه‌ای و به عبارتی از میان برداشته شدن فواصل زمانی، مفاهیم زمان را نسبت به معانی سنتی آن در جوامع ماقبل مدرن و صنعتی و نظم طبیعی دوران قدیم، دگرگون کرده است. مکان نیز به نوبه خود با مفهوم دسترسی یا عدم دسترسی به اطلاعات و ابزار انتقال و پردازش آن ارتباط پیدا کرده است و به این اعتبار «حضور در مکان» معنای تازه‌ای به خود گرفته که می‌تواند تعیین‌کننده ارتباط و اتصال مشخص به جامعه شبکه‌ای و یا طرد و حذف فرد از این مکان فراگیر و در عین حال انحصاری به شمار آید.

قدرت هویت

کاستلز به پدیده‌هایی چون تضعیف موقعیت حکومت‌های ملی و بحران هویت در سطوح فردی و ملی و ظهور جنبش‌هایی نظیر فمینیسم و دفاع از محیط زیست عنوان «قدرت هویت» می‌دهد و می‌نویسد: «جنبش‌های معترض در سراسر جهان و جنبش‌های بنیادگرایانهٔ دینی با وجود تفاوت‌های اساسی با هم، پدیداری را

---

1. Culture of virtual Reality

به وجود می‌آورند که می‌توان آن‌ها را 'هویت‌های مقاومت' نامید که ویژگی‌های آن مقاومت در برابر سیل بنیان‌کن شبکه‌ای شدن عالم است، با تکیه بر میراثی که آن را احیاناً جاودانی و لایتغیر می‌شمارند و درصدد حفظ آن هستند.»

در چنین وضعیتی، حکومت‌ها و دولت‌ها علاوه بر تحت فشار بودن در برابر فرایند جهانی، با مطالبات چنین جنبش‌هایی که خواستار مقابله با امواج تهدیدکننده جهانی‌شدن اقتصاد و الگوهای تازه فرهنگی هستند، مواجه می‌شوند.

به اعتقاد کاستلز «فشارهایی که از ناحیه عواملی نظیر شبکه‌های انتقال سرمایه، تولیدات و محصولات، ارتباطات و اطلاعات، شبکه‌های مافیای جرایم و جنایات، نهادهای بین‌المللی، سازمان‌های غیر دولتی، نهادهای دینی و جنبش‌های بسیج‌کننده افکار عمومی به حاکمیت‌ها وارد می‌آید، موجب می‌شود که دولت‌ها و حکومت‌های ملی، در همان حالی که احیاناً نقش تصمیم‌گیرندگی خود را حفظ می‌کنند، در اتخاذ تصمیمات، به بهره‌گیری و مساعدت‌های مجموعه‌ای از بازیگران خارج از کادرهای رسمی دولت، متکی و نیازمند شوند.» (همان:۲۱)

کاستلز با بررسی بحران‌های مهم قرن بیستم نظیر سقوط شوروی، شکست اقتصاد دولتی و متمرکز نظام صنعتی دولت‌سالار، پدیده تکان‌دهنده حذف و طرد افراد و اقوام از جامعه شبکه‌ای و...، با رد عنوان جهان سوم در اقتصاد سیاسی قرن بیستم و اطلاق آن به مناطقی خاص، به مفهوم «جهان چهارم» اشاره می‌کند و از اقتصادهای نامشروع و غیر قانونی در دل نظام اقتصادی جهانی، یعنی همکاری سیاستمداران و سرمایه‌داران با دزدان و تبهکاران در دل نظام سرمایه‌داری جدید، به عنوان ویروسی بیماری‌زا نام می‌برد.

وی در توضیح اصطلاح «جهان چهارم» می‌نویسد: «جهان چهارم از دل سیاه‌چاله‌های متعدد حذف اجتماعی در سراسر جهان پدیدار شده است... اما این جهان را تقریباً در هر کشور و در هر شهر، در این جغرافیای حذف اجتماعی نیز می‌توان دید. و ساکنان جهان چهارم را میلیون‌ها بی‌خانمان، زندانی و بزهکار، روسپی، قسی‌القلب، بدنام، بیمار و بی‌سواد تشکیل می‌دهند. شمار این افراد در همه جا رو به فزونی است و حضور آنان هر روز نمایان‌تر می‌شود، چراکه جریان کنونی سرمایه‌داری اطلاعاتی و فروپاشی سیاسی دولت‌های رفاهی، باعث تشدید حذف اجتماعی می‌شود. در متن و زمینه تاریخی کنونی، ظهور جهان چهارم را نمی‌توان

از ظهور سرمایه‌داری جهانی اطلاعاتی جدا کرد.» (کاستلز، ج ۳، ۱۳۸۰: ۱۹۱)

استدلال اصلی کاستلز این است که همه جهان به صورت یک شبکه هستومندی درمی‌آید که بافت اصلی و تار و پود آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل می‌دهد و سرمایه‌داری مدرن از رهگذر نظام شبکه‌ای به نقطه اوجی می‌رسد که سرمایه بر سرمایه در آن حکومت می‌کند و تقابل تازه‌ای میان شبکه و فرد ایجاد می‌کند. در درون این شبکه، به استثنای یک گروه از نخبگان جهان وطن، دیگران کنترل خود را بر زندگی و محیط خویش از دست داده یا به سرعت در حال از دست دادن آن هستند.

به تعبیر مانوئل کاستلز: «همراه با انقلاب تکنولوژیک و تغییر شکل سرمایه‌داری و سقوط دولت‌سالاری در ربع پایانی قرن، شاهد خیزش تظاهرات نیرومند هویت‌های جمعی بوده‌ایم که در دفاع از یگانگی فرهنگی و کنترل مردم بر زندگی و محیط زیست، فرایند جهان‌شمولی و جهان‌وطنی شدن را به مبارزه طلبیده‌اند. این تظاهرات، به لحاظ خطوط کلی فرهنگ‌های مختلف و ریشه‌های تاریخی شکل‌گیری هر هویت جمعی، بسیار گوناگون و متنوعند.» (کاستلز، ج ۲، ۱۳۸۰:۱۸)

از آن‌جا که تحولات متأثر از جامعه شبکه‌ای، همه حوزه‌های زندگی بشری نظیر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را درمی‌نوردد، کاستلز به ظهور هویت‌های مقاوم در هیئت جمع‌های دینی، ملی، قومی و محلی اشاره می‌کند و آن‌ها را در سه مقوله کلی با عناوین «هویت مشروعیت‌بخش»، «هویت مقاومت» و «هویت برنامه‌ای» جای می‌دهد. هویت نوع اول در درون حکومت‌ها یا دولت‌های ملی ایجاد می‌شود و زمینه را برای ظهور جامعه مدنی آماده می‌سازد. دومین نوع هویت که ناشی از احساس طرد و کنار گذاشته شدگی است، به ایجاد جمعیت‌ها و جماعت‌هایی با گرایش‌های خاص منجر می‌شود. سومین نوع هویت سبب ظهور کنشگران اجتماعی می‌شود که به نحو دسته‌جمعی عمل می‌کنند و از آنان با اصطلاح «سوژهٔ اجتماعی» یاد می‌شود. اینان برنامهٔ برساختن هویت‌های تازه‌ای را به مورد اجرا درمی‌آورند که می‌تواند اَشکال متنوع، از ار[illegible]، نهضت‌های دینی بنیادگرایی، جماعت‌های دینی محافظه‌کار، فرقه‌گرا[illegible] پیشرو[illegible]عال و عقل‌گرا، به خود بگیرد.

کاستلز با تکیه بر تحلیلی که آن را خ[illegible]های «ناگهان ظاه[illegible]ونده» در

فعالیت‌های جهان شبکه‌ای می‌نامند از تحلیل غالب جامعه‌شناسانه در امور و رویدادهای اجتماعی با تفسیرهای تعیّن‌گرایانه به منزلهٔ نفی ارادهٔ آزاد انسانی و قبول جبر اجتناب می‌ورزد و می‌نویسد: «در سپیده‌دم عصر اطلاعات، بحران مشروعیت در نهادهای دوران صنعتی، از دست رفتن قسمت اعظم حاکمیت و استقلال دولت مدرن زیر تاراج شبکه‌های جهانی ثروت اطلاعات و قدرت بر هم خوردن میثاق سرمایه، کار و دولت، افول دولت رفاه و به عبارتی زیر سؤال رفتن مشروعیت دولت، تضعیف شدن نهضت‌های کارگری به تبع بین‌المللی شدن تولید و منابع مالی و ناتوانی در انطباق با شبکه‌بندی شرکت‌ها و فردی شدن کار، دنیوی شدن دین از سوی کلیساها به تبع وابستگی به دولت و بازار، به چالش خواندن پدرسالاری، مخدوش شدن توالی منظم انتقال نشانه‌های فرهنگی از یک نسل به نسلی دیگر، گویای به لرزه درآمدن امنیت شخصی و تغییر و تحولات عمده در جامعه شبکه‌ای است. بدین ترتیب ایدئولوژی‌های سیاسی نشئت گرفته از نهادها و سازمان‌های صنعتی، از لیبرالیسم دموکرات مبتنی بر دولت ملی گرفته تا سوسیالیسم کارگری، در بافت جدید اجتماعی در تلاش برای بقا، به جرح و تعدیل‌های بی‌پایانی برای سازگار شدن با اوضاع جدید نیازمندند. در نتیجهٔ این فرایندهای همگرا، می‌توان گفت سرچشمه هویتِ مشروعیت‌بخش، خشکیده و یا ناتوان‌تر می‌شود.

زوال هویت‌های مشترک که مترادف با اضمحلال جامعه به عنوان نظام معنی‌دار اجتماعی است، نشانگر اوضاع و احوال روزگار ماست. با این حال، هویت‌های نیرومند مقاومت با گرایش‌های خاص در برابر امواج جهانی و فردگرایی رادیکال ایستادگی می‌کنند. آن‌ها جماعت‌های خود را حول ارزش‌های سنتی، خدا، ملت و خانواده می‌سازند و حصارهای اردوگاه خود را، با نهادهای قومی و دفاع منطقه‌ای، محفوظ می‌دارند، هویت‌های مقاومت علاوه بر ارزش‌های سنتی، در حول نهضت‌های فعال اجتماعی نظیر نهضت‌های خودمختاری، نهضت زنان، حتی نهضت محیط زیست و... ساخته می‌شوند و از فضاها و مکان‌های هویت‌بخش مربوط به خود حفاظت می‌کنند.

و سرانجام، هویت‌های برنامه‌دار، که بالقوه می‌توانند جامعه مدنی نوین و در نهایت دولت نوینی را دوباره بازسازند، پدید آمده‌اند. «این هویت‌های برنامه‌ای نه از دوباره برساختن نهادهای جامعه مدنی، بلکه از مقاومت جماعتی برخاسته‌اند، زیرا بحران نهادهای جامعه مدنی و ظهور هویت‌های مقاومت، دقیقاً از ویژگی‌های

جدید جامعه شبکه‌ای ناشی می‌شوند که جامعه مدنی را تضعیف و هویت مقاومت را تقویت می‌کند. یعنی، جهانی‌شدن، تجدید ساختار سرمایه‌داری، شبکه‌بندی سازمانی، فرهنگ مجازی و اولویت تکنولوژی برای تکنولوژی، که خصایص کلیدی ساخت اجتماعی عصر اطلاعات هستند و همان منابع بحران دولت و جامعه مدنی دوره صنعتی به شمار می‌آیند، عامل تقویت هویت‌های مقاومت می‌شود. این خصایص در عین حال نیروهایی هستند که مقاومت جماعتی در برابر آن‌ها سازمان می‌یابد و هویت‌های برنامه‌ای جدیدی از گوشه و کنار این مقاومت پدیدار می‌شود. مقاومت و برنامه‌ها با منطق مسلط جامعه شبکه‌ای در تعارض هستند و در عرصهٔ سه حوزهٔ اساسی ساخت اجتماعی جدید، درگیر مبارزه دفاعی و هجومی با آن می‌شوند: مکان، زمان و تکنولوژی.» (همان:۴۲۹)

این جماعت‌ها در برابر ویژگی‌های سلطه اجتماعی عصر اطلاعات با تأکید بر حافظه تاریخی خود و بر دوام ارزش‌هایشان با نفی پرستش بت جدید تکنولوژی، از تکنولوژی اطلاعات برای ایجاد ارتباطات افقی بین مردم و مناسک جماعتی، و از ارزش‌های متعالی علیه منطق ساختارشکن شبکه‌های کامپیوتری استفاده می‌کنند.

بدین ترتیب، منطق مسلط جامعه شبکه‌ای، چالش‌هایی را مختص به خود برمی‌انگیزد که به شکل هویت‌های مقاومت جماعتی و هویت برنامه‌دار ظاهر می‌شود. باید دید در این شرایط تاریخی قدرت چیست و جای آن در این ساخت اجتماعی کجاست؟

کاستلز در این باره می‌گوید: «دیگر قدرت در نهادها (مثل دولت)، سازمان‌ها (شرکت‌های سرمایه‌داری)، یا کنترل‌کنندگان نهادها (رسانه‌ها و کلیسا) متمرکز نیست. قدرت در شبکه‌های جهانی ثروت، قدرت، اطلاعات و تصاویر که نظامی با هندسه متغیر و جغرافیای غیر مادی است، نشر می‌یابد و استحاله می‌شود، اما از بین نمی‌رود. این شکل از قدرت هم جاودان و هم در حال زوال است. جاودان است زیرا انسان‌ها غارتگر بوده‌اند و خواهند بود، در حال زوال است چراکه اَعمال این نوع قدرت به طور فزاینده‌ای برای منافع مخدومان خود، ناکارآمد و بی‌نتیجه می‌شود. دولت‌ها می‌توانند شلیک کنند ولی چون سیمای دشمنان آن‌ها و محل ستیزه‌جویان مبهم و نامعلوم است باید تیری در تاریکی رها کنند... قدرت نوین در علایم اطلاعات و تصاویر ارائه‌دهنده و نمایش‌دهنده‌ای نهفته است که جوامع، نهادهای

خود را حول آن‌ها سازمان می‌دهند و مردم نیز بر محور آن‌ها زندگی خود را می‌سازند و در باره رفتارهای خود تصمیم می‌گیرند. قرارگاه این قدرت ذهن مردمان است.» (همان:۴۳۱)

«بنابراین، نهضت‌های اجتماعی از رهگذر مقاومت جمعی در برابر جهانی‌شدن و تجدید ساختار سرمایه‌داری و شبکه‌بندی سازمانی و اطلاعات‌گرایی کنترل نشده و پدرسالاری، در حال ظهور است. یعنی، در حال حاضر، اکولوژیست‌ها، فمینیست‌ها، بنیادگرایان دینی، ملی‌گرایان و محلی‌گرایان، فاعلان بالقوه عصر اطلاعات محسوب می‌شوند.» (همان:۴۳۲)

به این ترتیب، کارگزارانی با برنامه‌های هویتی و با هدف تغییر علایم و رمزهای فرهنگی باید بتوانند نهادها را بسیج کنند. آن‌ها باید فرهنگ مَجاز واقعی چارچوب ارتباطات جامعه شبکه‌ای را تغییر دهند و ارزش‌های دیگری را جایگزین آن سازند و علایم و نشانه‌هایی راکه ناشی از برنامه‌های هویتی خود آیین است، معرفی کنند.

شبکه و فرد

تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی، اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی [برساخته] از ابزارها به یکدیگر پیوند می‌دهند. ارتباطات کامپیوتری، مجموعه گسترده‌ای از جوامع مجازی را به وجود آورده است. با این حال، ویژگی بارز اجتماعی و سیاسی دهه ۱۹۹۰، سامان دادن کنش و سیاست اجتماعی پیرامون هویت‌های اصلی است که دارای پیشینه‌اند و ریشه در تاریخ و جغرافیا دارند یا در جستجوی مشتاقانه معنی و معنویت ایجاد شده‌اند. به نظر می‌رسد جایگاه اهمیت هویت، به عنوان اصل سازمان دهنده به وجه بارز جوامع اطلاعاتی تبدیل شده است. منظور از هویت، فرایندی است که یک کنشگر اجتماعی به وسیله آن خود را می‌شناسد و عمدتاً بر مبنای یک یا مجموعه‌ای از خصایص فرهنگی و بدون اشاره به سایر ساختارهای اجتماعی معنی‌دار جهان معنایی خود را می‌سازد. بر همین اساس، ناسیونالیسم فرهنگی را هدف احیای جامعه ملی از طریق ایجاد، حفظ یا تقویت هویت فرهنگی یک ملت تعریف می‌کنند و به‌عبارتی ناسیونالیست فرهنگی، ملت را محصول تاریخ و فرهنگ منحصربه‌فرد خود و همبستگی جمعی آن می‌داند که دارای صفات ویژه‌ای است. اکنون این سؤال مطرح می‌شود که «در دنیایی که جهانی‌شدن و

پراکندگی همزمان ویژگی‌های اصلی آن است، چگونه می‌توان تکنولوژی‌های جدید و حافظه جمعی، علوم جهانی و فرهنگ‌های ارتباطی، عاطفه و خرد را با هم درآمیخت؟ و چرا در سرتاسر جهان شاهد روند معکوس، یعنی افزایش فاصله میان جهانی‌شدن و هویت، و شبکه و فرد هستیم؟» (کاستلز، ج ۱، ۴۹:۱۳۸۰)

در نهایت کاستلز این‌گونه استدلال می‌کند که در سرتاسر جهان معاصر، شاهدِ افزایشِ فاصله میان شبکه (جهانی‌شدن) و فرد (هویت) هستیم. در واقع، جریانِ متضادی میانِ جهانی‌شدن (به توسط تکنولوژی اطلاعات) از یک سو، و کنش‌های ناشی از هویت از سوی دیگر برقرار است.

شاید دستاورد اصلی پژوهش‌های کاستلز، شناسایی تضاد میان شبکه و خویش باشد. به اعتقاد وی، در دوران تاریخی معاصر، «هویت به اصلی‌ترین و گاه تنها سرچشمه معنی تبدیل شده است. مردم هر روز بیش از گذشته، معانی خود را نه بر اساس اَعمال، بلکه بر اساس هویت خود یا آنچه گمان می‌کنند هویتشان است، سامان می‌دهند. از سوی دیگر، شبکه‌های جهانی مبادلات ابزاری، با جریان بی‌وقفه تصمیمات راهبردی، افراد، گروه‌ها، مناطق و حتی کشورها را به نحو گزینشی و بر حسب اهمیتی که در برآورده ساختن اهداف شبکه دارند، به‌کار می‌گیرند. این امر ناشی از شکاف بنیادین میان ابزارگرایی انتزاعی و عام، و هویت‌های خاص‌گراست که ریشه‌ای تاریخی دارند. ساختار جوامع ما به نحو روزافزونی پیرامون تقابل دوقطبی میان شبکه و خویش شکل می‌گیرد.» (همان:۲۹)

از سوی دیگر، شبکه‌های جهانی ثروت و قدرت، نقاط کانونی و افراد صاحب مکنت را به یکدیگر مرتبط ساخته و در همان حال، بخش‌های بزرگی از جوامع، مناطق و حتی کشورها را از هم گسسته و طرد کرده است. باید گفت: «به نظر می‌رسد در جهانی که عرصه بر کسانی که با کامپیوتر آشنایی ندارند، گروه‌هایی که چیزی برای مصرف ندارند و مناطقی که ارتباطات جدید در آن‌ها بسط نیافته، مستمراً تنگ‌تر می‌شود، منطقی برای حذفِ حذف‌کنندگان و تعریف مجدد معیارهای ارزش و معنی وجود دارد. وقتی شبکه، فرد را خاموش می‌کند، «خویشتن»، خواه فردی خواه جمعی، بدون توسل به مرجع جهانی و ابزاری معنای خود را می‌سازد. پس از این‌که حذف‌شدگان حاضر نشدند تا منطق یکجانبه سلطه ساختاری و حذف اجتماعی را بپذیرند، فرایند قطع ارتباط دو سویه می‌شود.» (همان:۵۱)

در دنیایی که ثروت، قدرت و تصاویر، جریانی جهانی دارند و جهانی که این‌گونه دستخوش تغییرات مهارنشدنی و حیرت‌انگیز است، مردم از نو حول محورهای هویت‌های بنیادین از قبیل هویت‌های دینی، قومی، سرزمینی و ملی گرد هم می‌آیند. زیرا این‌گونه هویت‌ها از سپیده‌دم جامعه بشری همواره سرچشمه معنی بوده است. با این همه، در دوران تاریخی‌ای که ساختارزدایی گسترده سازمان‌ها، مشروعیت‌زدایی نهادها، رنگ باختن جنبش‌های اجتماعی بزرگ و تجلیات فرهنگی گذرا ویژگی اصلی آن است، هویت به اصلی‌ترین و گاه تنها سرچشمه معنی تبدیل می‌شود و ساختار جوامع ما به نحو روزافزونی پیرامون تقابل دو قطبی میان شبکه و خویش شکل می‌گیرد.

پارادایم تکنولوژی اطلاعات

کریستوفر فریمن می‌نویسد: «پارادایم فنی ـ اقتصادی مجموعه‌ای از نوآوری‌های فنی، سازمانی و مدیریتی به هم پیوسته است که مزایای آن را باید نه تنها در طیف جدید محصولات و سیستم‌ها، بلکه مهم‌تر از همه در دینامیسم ساختار هزینه نسبی تمامی دروندادهای احتمالی تولید یافت. با شمردن ویژگی‌های کانون پارادایم تکنولوژی اطلاعات، که روی هم شالودهٔ مادی جامعه اطلاعاتی هستند، بهتر به مفهوم پارادایم تکنولوژی اطلاعات پی می‌بریم.

۱. اطلاعات ماده خام است: این‌ها تکنولوژی‌هایی هستند که روی اطلاعات عمل می‌کنند، برخلاف انقلاب‌های تکنولوژیک پیشین که در آن‌ها تنها اطلاعات بر روی تکنولوژی عمل می‌کرد.

۲. فراگیر بودن تأثیرات تکنولوژی‌های جدید: از آن‌جا که اطلاعات بخش لاینفک تمامی فعالیت‌های بشری است، همهٔ فرایندهای حیات فردی و جمعی ما مستقیماً توسط رسانهٔ تکنولوژی جدید شکل داده می‌شوند، اگرچه یقیناً توسط آن تعیین نمی‌شوند.

۳. حاکم بودن منطق شبکه‌سازی: بر هر سیستم یا مجموعه‌ای که از تکنولوژی‌های جدید اطلاعات استفاده می‌کنند، ویژگی‌های منطق شبکه‌سازی به شرح ذیل است: «عصر اتم گذشته است. نماد علم در قرن آینده شبکهٔ دینامیک است. شبکه، قدرت به هم ریختهٔ پیچیده‌ای را هدایت می‌کند... تنها سازمانی که قادر است

رشد بدون جهتگیری از پیش تعیین شده یا یادگیری بدون راهنما داشته باشد، شبکه است. یک ازدحام شبکه‌ای ضررهای متعددی دارد چراکه از هر طرف باز و نامحدود است. در واقع، شبکه سازمانی است با کم‌ترین ساختار و حتی می‌توان گفت اصلاً بدون ساختار است. در حقیقت، مجموعه‌ای از اجزای حقیقتاً واگرا تنها در یک شبکه می‌توانند منسجم باقی بمانند.» (همان:۱۰۱)

۴. پارادایم تکنولوژی اطلاعات متکی به انعطاف‌پذیری است و این از ویژگی شبکه‌سازی است. یعنی نه تنها فرایندها برگشت‌پذیر هستند، بلکه سازمان‌ها و نهادها را نیز می‌توان با آرایش مجدد اجزای آن‌ها، اصلاح و حتی به طور اساسی تغییر داد. وجه تمایز پیکربندی پارادایم تکنولوژیک جدید توانایی آن برای پیکربندی مجدد است. در واقع، معکوس کردن (هرم) قوانین بدون انهدام سازمان و از نو برنامه‌ریزی کردن.

۵. این ویژگی انقلاب تکنولوژی، همگرایی فزایندهٔ تکنولوژی‌های خاص در درون یک سیستم بسیار منسجم است. بر این اساس، «همگرایی مداوم میان رشته‌های مختلف تکنولوژی در پارادایم اطلاعاتی از منطق مشترک تولید اطلاعات ناشی می‌شود، منطقی که به آشکارترین وجه در کارکرد دی.ان.ای و تکامل طبیعی نمایان است و به نحوی فزاینده در پیشرفته‌ترین سیستم‌های اطلاعاتی تکثیر می‌شود، زیرا تراشه‌ها، کامپیوترها و نرم‌افزارها به مرزهای جدید سرعت، ظرفیت ذخیره‌سازی و پرداخت انعطاف‌پذیر اطلاعات از منابع مختلف دست می‌یابند.» (همان:۹۵) بر همین اساس، درک عملکرد مغز انسان، پرتوی به درک ماهیت هوش مصنوعی است.

تأثیر فرهنگ و روشنفکران در جامعهٔ شبکه‌ای

کاستلز در عین ترسیم تصویر نگران‌کننده‌ای از تحولات جاری، پیام امیدی برای گروه‌های اجتماعی مختلف و در رأس آنان برای روشنفکران می‌دهد و می‌افزاید از آن‌جا که جهانی که در حال شکل‌گیری است اساساً ماهیتی فرهنگی دارد، حاملان فرهنگ علی‌الاصول می‌توانند بالاترین سهم و نقش را در تحولات آتی ایفا کنند.

سه دورهٔ تاریخی ظهور آدمی در سیارهٔ زمین عبارتند از: دورهٔ تفوق طبیعت بر فرهنگ و تلاش برای بقا در برابر نیروهای سهمگین طبیعی، دورهٔ انقلاب صنعتی و

تلاش برای سلطه بر طبیعت و مقهور ساختن آن و نهایتاً دورهٔ ظهور جامعهٔ شبکه‌ای که طبیعت به مدد فرهنگ، نه منقاد، در قالب‌های خاص فرهنگی، خَلق، احیا و بازسازی می‌شود.

اما پیام امید کاستلز را باید با توجه به سلطهٔ جامعهٔ شبکه‌ای و منطق دوگانه‌ساز آن در نظر گرفت که روشنفکران نیز مانند دیگر کنشگران از ابزارهای ثروت و قدرت محرومند و حضور تک‌تک آنان سهم تعیین‌کننده‌ای در سیستم فراگیر ندارد و از خدمتشان می‌توان در نهادهای فرهنگی، علمی و آکادمیک بهره گرفت. ولی همین روشنفکران به عنوان حامل فرهنگ و خالق معنی، می‌توانند در ظهور و بروز خاصه‌های ناگهان ظاهرشونده‌ای که بر روی یک شبکه تأثیر چشمگیر بر جای می‌گذارد، نقش قاطع ایفا کنند و این امر متکی به مبانی فکری، مسئولیت و تعهد روشنفکر است.

می‌توان گفت، مهم‌ترین وظیفهٔ روشنفکری در جهت کاستن از سلطه‌های خردکننده درون شبکه و تعدیل شرایط جوامع شبکه‌ای، اقدام سنجیده برای فراهم آوردن ابزارهای نظری لازم جهت خلق هویت‌های برنامه‌دار بهینه است. البته هویت‌های برنامه‌دار، زمانی به منصهٔ ظهور می‌رسند که کنشگران اجتماعی با هر گونه مواد و مصالح فرهنگی قابل دسترس، هویت‌های جدیدی ساخته باشند که موقعیت آنان را در جامعه از نو تعریف کنند.

کاستلز معتقد است که در جامعهٔ شبکه‌ای هویت‌های برنامه‌دار، به مثابه استمرار مقاومت جمعی یا گروهی ساخته می‌شوند و باید گفت که شکل دادن به مقاومت جمعی درگرو توزیع معرفت است و در این مسئولیت علاوه بر روشنفکران، دولت ملی نیز در آن شریک و سهیم است.

پیدایش جهان نو

به عقیدهٔ کاستلز، جهانی نو در پایان هزارهٔ دوم بر اثر تقارن سه فرایند مستقل انقلاب تکنولوژی اطلاعات، بحران‌های اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌سالار و تجدید ساختار متعاقب آن‌ها و شکوفایی جنبش‌های اجتماعی ـ فرهنگی همچون آزادیخواهی و یا فمینیسم در حال شکل‌گیری است. تعامل میان این فرایندها و واکنش‌هایی که به آن‌ها دامن زده‌اند، یک ساختار نوین اجتماعی مسلط، یعنی

جامعهٔ شبکه‌ای، یک اقتصاد نوین (اقتصاد اطلاعاتی ـ جهانی)، و یک فرهنگ نوین (فرهنگ مجاز واقعی) را به عرصهٔ وجود آورد. منطق نهفته در این اقتصاد، این جامعه و این فرهنگ، زیربنای کنش و نهادهای اجتماعی در سراسر جهان به هم پیوسته است. انقلاب تکنولوژی اطلاعات، اطلاعات‌گرایی، تکنولوژی اطلاعات و نقش آن در شبکه‌سازی و توسعه آن از ویژگی‌های مهم این جهان نو است و منطق شبکه‌سازی فراگیر این تکنولوژی تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی بشر را دگرگون می‌سازد.

تکنولوژی نوین اطلاعات با فراهم آوردن ابزار شبکه‌سازی، ارتباطات راه دور، ذخیره ـ پردازش اطلاعات، فردی شدن هماهنگ کار و تمرکز و تمرکززدایی همزمان تصمیم‌گیری، منجر به شکل نوین سرمایه‌داری با ویژگی جهانی‌شدن فعالیت‌های اصلی اقتصادی، انعطاف‌پذیری سازمانی و قدرت بیش‌تر قدرت از حیث روابط با نیروی کار و حذف اجتماعی و زائد بودن اقتصادهای کم‌اهمیت شد. سرمایه‌داری نوین مبتنی بر اطلاعات متفاوت با اسلاف خود و برای تولید ثروت و تصاحب اختصاصی آن، متکی بر بهره‌وری ناشی از نوآوری و توان رقابت با گرایش جهانی‌شدن رونق گرفته و نفوذ خود را در کشورها، فرهنگ‌ها و عرصه‌های زندگی عمیق‌تر می‌کند. «این سرمایه‌داری بیش از همیشه در فرهنگ ریشه دارد و مجهز به تکنولوژی است. اما این بار فرهنگ و تکنولوژی هر دو به توانایی اثرگذاری دانش و اطلاعات ــ در یک شبکه تکرارشونده مبادلات به هم پیوستهٔ جهانی ــ بر دانش و اطلاعات متکی است.» (کاستلز، ج۳، ۱۳۸۰: ۴۲۰)

انقلاب تکنولوژی، تجدید ساختار اقتصاد و نقد فرهنگ، همه به سمت بازتعریف تاریخی روابط تولید، قدرت و تجربه که جوامع بر بنیان آن‌ها ساخته شده‌اند، گرایش می‌یابند. و با این بازتعریف و به تبع آن دگرگونی‌ها، به تغییر بنیادین مشابهی در شکل‌های اجتماعی مکان و زمان، و به ظهور فرهنگ جدید منجر، و در نتیجه جامعه‌ای نو پدیدار می‌شود.

روابط تولید هم از لحاظ اجتماعی و هم از لحاظ فنی دگرگون شده است و نوع جدیدی از سازمان و مدیریت که هدف آن سازگاری و هماهنگی همزمان است، مانند بنگاه شبکه‌ای، به وجود می‌آید. در این سیستم، تولید نیروی کار به نیروی کار عمومی (ساده و دارای ارزش افزوده کم‌تر) و نیروی کار خودبرنامه‌ریز تقسیم

می‌شود و ویژگی نیروی کار خودبرنامه‌ریز، آموزش و ظرفیت دستیابی به سطوح آموزش بالاتر است؛ ویژگی این سیستم نیز تمرکززدایی هماهنگ کار و فردی شدن نیروی کار است. در این اقتصاد نوین سرمایه‌داری، سرمایه نیز به اندازه نیروی کار دگرگون شده است. اگرچه هنوز هم تولید برای کسب سود و تصاحب خصوصی سود بر اساس حقوق مالکیت و بنیان سرمایه‌داری است، جای سؤال در چگونگی تصاحب سود و این‌که چه کسانی سرمایه‌دار هستند، وجود دارد. در این میان سه سطح وجود دارد که سطح سوم مختص سرمایه‌داری اطلاعاتی است. سطح اول، دارندگان حقوق مالکیت: الف) سهامداران شرکت‌ها؛ ب) مالکان خانوادگی؛ ج) تکاپوگران اقتصادی منفرد (مغز آن‌ها مهم‌ترین سرمایه‌شان است) است. سطح دوم، شکل‌های سرمایه‌داری مربوط به طبقه مدیران یعنی کنترل‌کنندگان دارایی‌های سرمایه‌ای به نمایندگی از سهامداران است. سطح سوم، منطبق با شرایط تکنولوژیک فعالیت سرمایه در اطلاعات‌گرایی است؛ یعنی از بین بردن زمان و مکان با وسایل الکترونیکی. توانایی تکنولوژیک و اطلاعاتی این سطح برای پویش بی‌وقفه تمامی سیاره برای یافتن فرصت‌های سرمایه‌گذاری و انتخاب گزینه‌ها ظرف چند ثانیه، سرمایه را به حرکت درمی‌آورد. توانایی‌های برنامه‌ریزی و پیش‌بینی مدل‌های مدیریت مالی مضاف بر این امر است. به این ترتیب، بازارهای مالی جهانی و شبکه مدیریت آن‌ها، سرمایه‌دار جمعی واقعی هستند، که مادر همه انباشت‌هاست و این به معنای تسلط سرمایه مالی بر سرمایه صنعتی نیست. «در این شکل خاص است که شبکه‌های مالی جهانی مرکز اعصاب سرمایه‌داری اطلاعاتی هستند. حرکت آن‌ها ارزش سهام، اوراق بهادار و ارزها را تعیین می‌کند و نابودی و سودهای هنگفت برای سپرده‌گذاران، سرمایه‌گذاران، شرکت‌ها و کشورها به ارمغان می‌آورد. اما این حرکت‌ها بدون پیروی از منطق بازار، آمیزه‌ای از مانورهای استراتژیک با استفاده از کامپیوتر، روان‌شناسی جمعیت از منابع چندفرهنگی، و تلاطم‌های غیر منتظره به دلیل هر چه پیچیده‌تر شدن تعامل میان جریان‌های سرمایه در مقیاسی جهانی، بازار را پیچیده، تحریف و دگرگون می‌سازند.» (همان:۴۲۵)

تأثیرات این تحولات روابط تولید بر مناسبات طبقات اجتماعی مد نظر ماست که منجر به دگرگونی جامعه ما می‌شود. بر این اساس، نظریهٔ لایه‌بندی اجتماعی بر نابرابری اجتماعی از حیث درآمد و جایگاه اجتماعی تأکید می‌کند و از این دیدگاه،

ویژگی سیستم جدید، گرایش به افزایش نابرابری اجتماعی و قطبی شدن است. این امر به دلیل سه ویژگی تمایز بنیادین میان نیروی کار خودبرنامه‌ریز، بسیار مولد و نیروی کار عمومی و بی‌ارزش، به فردی شدن نیروی کار و زوال تدریجی دولت رفاه بر اثر فردی شدن نیروی کار، جهانی‌شدن اقتصاد و از مشروعیت افتادن دولت منجر می‌شود.

روابط قدرت و فرایندهای اجتماعی مربوط به آن نیز در حال دگرگونی است. جهانی‌شدن سرمایه، چندسویگی نهادهای قدرت و تمرکززدایی از اقتدار دولت ملی به نفع دولت‌های منطقه‌ای و محلی باعث ایجاد یک هندسه جدید قدرت می‌شود؛ در واقع شکل جدیدی از دولت یعنی دولت شبکه‌ای شکل می‌گیرد. کنشگران اجتماعی، یعنی شهروندان، منافع و ارزش‌هایشان را با تأکید بر راهبردها در شبکه‌های میان نهادهای مختلف پیگیری می‌کنند و این امر سیستم دولت ـ ملت را دچار بحران و تضعیف می‌کند. «با این همه، قدرت از بین نمی‌رود. در یک جامعهٔ اطلاعاتی، قدرت، در سطح بنیادین، در اصول فرهنگی نقش می‌بندد که از طریق آن مردم و نهادها نمایندهٔ زندگی هستند و تصمیم‌گیری می‌کنند، از جمله تصمیم‌گیری سیاسی. به یک معنی، قدرت با این‌که واقعی است غیر مادی می‌شود.» (همان:۴۲۹) واقعی است زیرا هر کجا و هر زمان قوام یابد برای مدتی به افراد و سازمان‌ها قدرت اجرای تصمیماتشان را می‌دهد، غیر مادی است چون قابل تبدیل به رفتاری است که مقبول کنشگران اجتماعی (شهروندان) است. البته در این امر از سیاست اطلاعاتی که عمدتاً دستکاری نمادها در فضای رسانه‌ها اجرا می‌شود، متناسب با روابط قدرت در جهان دائماً دگرگون شونده بهره می‌گیرند.

«نبردهای فرهنگی نبردهای قدرت در عصر اطلاعات هستند. این نبردها عمدتاً در رسانه‌ها و یا از طریق آن‌ها صورت می‌گیرد، اما رسانه‌ها صاحبان قدرت هستند. قدرت، به مثابه توانایی تحمیل رفتار، در شبکه‌های مبادله اطلاعات و به‌کارگیری ماهرانه نمادها نهفته است که کنشگران اجتماعی، نهادها و جنبش‌های فرهنگی را از طریق نمادها، سخنگویان و تقویت‌کنندگان فکری به هم مرتبط می‌سازد. دیگر نخبگان پایدار وجود ندارد. اما نخبگان از پایگاه قدرت وجود دارد (نخبگانی که در دوره قدرت خود از منابع در دسترس بهره می‌جویند)... فرهنگ به مثابه منبع قدرت، و قدرت به مثابه منبع سرمایه، زیربنای سلسله‌مراتب اجتماعی جدید عصر اطلاعات است.» (همان: ۴۳۰)

دگرگونی روابط تجربه نیز عمدتاً پیرامون بحران پدرسالاری و بسته به ظرف و زمینه‌های فرهنگی و نهادی در جوامع به تبع فعالیت جنبش‌های اجتماعی (فمینیسم، مبارزات زنان و...) صورت گرفته است که باعث شکل‌های جدید الگوهای جامعه‌پذیری، ساختار خانواده و در نهایت شخصیت و متناسب با جهانی سیال می‌شود. به این ترتیب، «بنیادی‌ترین دگرگونی روابط تجربه در عصر اطلاعات، گذار آن‌ها به الگویی از تعامل اجتماعی است که عمدتاً به وسیله تجربهٔ واقعی این ارتباط ساخته می‌شود. امروزه، مردم به جای پیروی از مدل‌های رفتاری، شکل‌های معاشرت را خود ایجاد می‌کنند.» (همان: ۴۳۱ ـ ۴۳۲)

در نتیجه، «تغییرات در روابط تولید، قدرت و تجربهٔ مردم به سمت دگرگونی بنیان‌های مادی زندگی اجتماعی، مکان و زمان می‌گروند. فضای جریان‌های عصر اطلاعات بر فضای مکان‌های فرهنگ‌های مردم مسلط است. زمان بی‌زمان، به معنای گرایش اجتماعی به سمت نابودی زمان به دست تکنولوژی، جایگزین منطق زمان ساعتی عصر صنعتی می‌شود. سرمایه در گردش، قدرت حاکم و ارتباط الکترونیکی از طریق جریان‌های مبادلات میان مناطق برگزیده و دوردست به گردش درمی‌آید، در حالی که تجربه پراکنده همچنان محدود به مکان‌هاست. تکنولوژی، زمان را در لحظات اندک و تصادفی متراکم می‌کند و به این ترتیب، توالی را از جامعه می‌زداید و تاریخ را تاریخ‌زدایی می‌کند. جامعهٔ شبکه‌ای با منزوی کردن قدرت در فضای جریان‌ها، فراهم آوردن امکان فرار سرمایه از زمان و محو تاریخ در فرهنگ امور گذرا، روابط اجتماعی را بی‌روح می‌سازد و فرهنگ مجاز واقعی را به جای آن می‌نشاند.» (همان:۴۳۲)

این ساختار اجتماعی نوین عصر اطلاعات (جامعهٔ شبکه‌ای) مانند هر ساختار اجتماعی دیگری از تناقص‌ها، کشمکش‌های اجتماعی و چالش‌های شکل‌های جایگزین سازمان اجتماعی تهی نیست و درک جهان ما نیازمند تحلیل درست همزمان این جامعهٔ شبکه‌ای و چالش‌های متضاد آن است.

راه‌های جدید تغییر اجتماعی

چالش‌های اجتماعی علیه الگوهای سلطه در جامعهٔ شبکه‌ای، عموماً شکل ساخت هویت‌های مستقل را به خود می‌گیرد که این هویت‌ها با اصول سامانگر این شبکه بیگانه‌اند و تنها راه بیرون آمدن از زیر سلطه منطق متداول شبکه‌های جهانی مسلط

و فراگیر، بازسازی معنی بر اساس نظامی از ارزش‌ها و باورهای کاملاً متمایز است و هویت مقاومت نمونه آن است. قدرت جنبش‌های اجتماعی مبتنی بر هویت، استقلال آن‌ها در برابر نهادهای دولت، منطق سرمایه و فریبندگی تکنولوژی است و جذب آن‌ها دشوار. البته جوامع عصر اطلاعات را نمی‌توان به ساختار و پویایی جامعه شبکه‌ای فرو کاست، بلکه به نظر می‌رسد جوامع ما را تعامل میان «شبکه و فرد»، تعامل میان جامعه شبکه‌ای و قدرت هویت می‌سازد و آنچه می‌تواند این تعامل را محقق کند، یک سیاست فرهنگی خواهد بود که با سیاست اطلاعاتی از طریق فضای رسانه‌ها به مدد نبرد نمادهای مرتبط با ارزش‌ها و مسائل نشئت گرفته از تجربه زندگی مردم در عصر اطلاعات، به اجرا درآید.

نتیجه‌گیری: فراسوی این هزاره

انقلاب تکنولوژی اطلاعات با پتانسیل تحول‌زای خود، شاهراه اطلاعاتی جهانی، ارتباط تلفن موبایلی و قدرت کامپیوتر را تکمیل خواهد ساخت. قدرت اطلاعات را غیر متمرکز و پخش و ارتباط دوسویه را افزایش خواهد داد، وعده سیستم‌های چندرسانه‌ای را محقق خواهد ساخت و موجب شکوفایی انقلاب ژنتیک و کشف رازهای حیات خواهد شد.

در صورت بهره‌گیری محتاطانه، انقلاب ژنتیک ممکن است کارساز باشد، با آلودگی مبارزه کند، زندگی را بهبود بخشد، باعث صرفه‌جویی شود و امکان کاوش در مرزهای ناشناخته روح را فراروی ما قرار دهد. ولی اگر همان اشتباه قرن ۲۱ در زمینهٔ تسلیحات، و به‌خصوص هسته‌ای، را دوباره مرتکب شویم فاجعه‌ای رخ خواهد داد، چرا که تکنولوژی نوین ژنتیک به لحاظ فراگیر بودن، مانند انرژی و تسلیحات هسته‌ای امکان کنترل متمرکز ندارد. برای پیشگیری از تأثیرات اهریمنی انقلاب بیولوژیکی نه تنها به دولت‌های مسئول، بلکه به جامعه‌ای مسئول و فرهیخته نیازمندیم. انتخاب این مسیر به نهادهای جامعه، ارزش‌های مردم و آگاهی و عزم کنشگران اجتماعی برای شکل دادن و کنترل سرنوشتشان بستگی خواهد داشت. اگر اقتصاد جهانی با بهره‌گیری از افزایش بنیادین قدرت ارتباطات راه دور و پردازش اطلاعات در همهٔ کشورها، فرهنگ‌ها و شبکه‌های مالی و جریان‌های ارتباطی رخنه کند و گسترش یابد، جایگاه شبکه‌های جنایی و تسلط آن‌ها بر بخش عمده اقتصاد، نهادها و زندگی روزمره چگونه خواهد بود؟ واکنش در برابر حذف

اجتماعی و زائد بودن بخش‌هایی از اقتصاد نقش اساسی در قرن ۲۱ دارد: حذفِ حذف‌کنندگان به دست حذف‌شوندگان. به موجب منطق جامعه شبکه‌ای با توجه به پیوسته‌شدن همهٔ بخش‌های جهان در ساختارهای بنیادین زندگی، کنار کشیدن مردم و کشورها قطعاً صلح‌آمیز نخواهد بود. «بنیادگرایی‌های مختلف با سرچشمه‌های مختلف نمایانگر شجاعانه‌ترین و آشتی‌ناپذیرترین چالش با سلطهٔ یک‌جانبه سرمایه‌داری اطلاعاتی جهانی خواهد بود و احتمال دسترسی آن‌ها به سلاح‌های کشتار جمعی سایه‌ای غول‌آسا بر چشم‌اندازهای خوشبینانه عصر اطلاعات خواهد گسترد.» (همان:۴۳۸) و هم‌اکنون تروریسم جهانی یا محلی، یک خطر عمده در سراسر جهان، در پایان هزارهٔ دوم سر برآورده است.

دولت ـ ملت‌ها نه با شکل استقلال کنونی، بلکه در شبکه‌های چندسویه و متحد با یکدیگر (مثل ساختار چندسویه اتحاد اروپا) به بقای خود ادامه خواهند داد. «با این همه دولت از بین نمی‌رود، بلکه در عصر اطلاعات فقط کوچک می‌شود. دولت در قالب حکومت‌های محلی و منطقه‌ای تکثیر می‌شود که جهان را از پروژه‌های خود می‌آکنند، حوزه‌های انتخاباتی تشکیل می‌دهند و با دولت‌های ملی، شرکت‌های چندملیتی و آژانس‌های بین‌المللی به مذاکره می‌نشینند. دوره جهانی‌شدن اقتصاد همچنین عصر ملی‌شدن سیاست نیز هست. کاستی‌های دولت‌های محلی و منطقه‌ای به لحاظ قدرت و منابع را انعطاف‌پذیری و شبکه‌سازی آن‌ها جبران می‌کند.» (همان: ۴۴۱)

مجموعه‌های چند سویه که از طریق شبکه به هم متصل هستند، بر اقتصاد جهانی حکومت خواهد کرد و در کانون این شبکه گروه هفت کشور صنعتی قرار دارد و بازوی اجرایی آن صندوق بین‌الملل پول و بانک جهانی با قانونگذاری و مقررات مختص خود خواهد بود.

جامعهٔ شبکه‌ای کاستلز چه می‌گوید؟

به اعتقاد کاستلز، اقتصاد زیربنای همه‌چیز نیست، بلکه فرهنگ شالوده است؛ برای این‌که فرهنگ راجع به عقاید، طرز تفکرها، ارزش‌ها و ایمان است، ولی باید توجه داشت اقتصاد جریانش بر حسب فرایندی است که افراد را از طریق تولید و مصرف تأمین می‌کند. وی معتقد است، آن چیزی که جامعه تصمیم می‌گیرد باور کند

ارزشمند است و فرهنگ خلق کردن را مبنای تمامی انقلاب تکنولوژیکی در اقتصاد نوین می‌داند. فرهنگ و روشنفکران و هویت‌های برنامه‌دار در جامعهٔ شبکه‌ای می‌توانند تأثیر ویژه‌ای داشته باشند.

شکل‌گیری ساختار جوامع و زندگی ما به دست جریان‌های متضاد و جهانی‌شدن و «هویت» به تبع انقلاب تکنولوژی اطلاعات و بازسازی ساختار سرمایه‌داری از ویژگی ظهور جامعهٔ شبکه‌ای است.

وجه بارز این جامعه، جهان‌شمول شدن آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی است که اهمیت استراتژیک قاطعی داشته و شبکه‌ای شدن سازمان، بی‌ثباتی و فردی شدن نیروی کار، فرهنگ مجازی که از نظام رسانه‌ای فراگیر به وجود آمده است، از جمله مشخصه‌های جامعهٔ شبکه‌ای است.

کاستلز معتقد است که این شکل نوین سازمان اجتماعی با جهان‌شمولی خود در سراسر جهان منتشر خواهد شد و سرمایه‌داری صنعتی و دشمن همزاد آن یعنی دولت‌سالاری صنعتی در قرن بیستم را زیر و رو خواهد کرد. این سازمان‌های نوین، نهادهای اجتماعی را به لرزه در خواهد آورد، فرهنگ‌ها را دگرگون خواهد ساخت، ثروت خواهد آفرید و فقر نیز به دنبال خواهد آورد، حرص و آز و نوآوری و امید برخواهد انگیخت، اما مرارت‌ها و سختی‌ها هم خواهد داشت و ناامیدی نیز در کام زندگی خواهد ریخت، به هر حال خوب یا بد، این دنیایی تازه است.

از آثارِ مطرح کاستلز می‌توان از مسئله شهر(۱۹۷۲)، شهر، طبقه و قدرت(۱۹۷۸)، شهر و ریشه‌ها (۱۹۸۳)، شهر اطلاعاتی(۱۹۸۹)، تدوین سه‌گانه عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ جلد اول: ظهور جامعهٔ شبکه‌ای(۱۹۹۶)، جلد دوم: قدرت هویت(۱۹۹۷)، جلد سوم: پایان هزاره(۱۹۹۸ـ۲۰۰۰)، کهکشان اینترنت(۲۰۰۱)، جامعهٔ اطلاعاتی و دولت رفاه(۲۰۰۲) و استفاده اجتماعی از ارتباطات سیار(جامعه اطلاعاتی متحرک)(۲۰۰۴) نام برد.

نظریهٔ ساخت‌یابی (ساختاربندی) گیدنز

آنتونی گیدنز در سال ۱۹۳۸ در لندن به دنیا آمد و از مدرسه اقتصاد لندن فوق‌لیسانس و از دانشگاه کمبریج مدارج بالاتر را کسب کرد و در دههٔ ۱۹۹۰ یکی از مشاوران مهم تونی بلر نخست‌وزیر انگلستان شد.

مسئلهٔ ساختار و عاملیت، امروزه یکی از مباحث و مسائل بنیادی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی است. در طول تاریخ بشر، اکثر متفکران بین این دو حوزه یعنی ساختار و عاملیت جدایی قائل بوده‌اند. عده‌ای اصالت را به عاملیت و عده‌ای اصالت را به ساخت داده‌اند. البته در نظریه ساخت‌یابی گیدنز علاقه به پیوند و ارتباط بین ساختار و عاملیت به چشم می‌خورد.

در دههٔ ۱۹۷۰ آنتونی گیدنز نظریهٔ ساخت‌یابی[1] را ارائه کرد. این نظریه و اصطلاح برخاسته از آن بیش‌تر به دنبال این مسئله بود که بتواند بر دوگانگی عاملیت و ساختار غلبه کند.

ارتباط بین ساختار و عاملیت[2] باعث جهتگیری‌های مختلف در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی شده است. نظریه‌های مختلف رابطهٔ عاملیت و ساختار از دیدگاه جامعه‌شناختی یا عین و ذهن از دیدگاه فلسفی را در فعالیت‌های اجتماعی به سه دسته تقسیم کرده‌اند:

۱. تئوری‌هایی که به اصالت ذهن یا عاملیت در تحولات و مطالعات و تحلیل معتقدند. این گروه عاملان اجتماعی و رفتار آن‌ها را عنصر محوری در مسائل اجتماعی می‌دانند. از این منظر، دیدگاه‌ها، اعتقادات، آگاهی و شناخت هویت فردی یا جمعی و رفتار، عامل بنیادی شکل‌گیری وقایع و حوادث و تغییرات اجتماعی هستند.

۲. نظریاتی که اصالت را به عین یا ساختار و ساخت اجتماعی می‌دهند و آن را عنصر تعیین‌کننده در تغییر و تفسیر اجتماع می‌دانند. این گروه که به ساختارگرایان مشهورند، شرایط اجتماعی، زمینه‌ها و ساخت اجتماع، طبقات و دولت و عواملی مانند این‌ها را تعیین‌کنندهٔ رفتار عاملان و کنشگران و روابط اجتماعی آن‌ها محسوب می‌کنند.

۳. نظریاتی که اصالت را به رابطه بین عاملیت و ساختار می‌دهند و سعی در ایجاد ارتباط بین این دو عامل دارند. این دسته، اصالت را به رابطه و پدیده‌هایی اطلاق می‌کنند که افراد را در کنار هم قرار می‌دهد تا جامعه ساخته شود. در این دیدگاه، رابطه بین ساختار و عاملیت و اثرگذاری آن‌ها بر روی یکدیگر و نیز تأثیر این

---

1. Structuration Theory 2. Agency and Structure

رابطه بر ایجاد تغییرات و تحولات اجتماعی است. برای فهم نظریه ساختاربندی ابتدا لازم است که دو حوزه عاملیت و ساختار یا سوژه و ابژه تعریف شوند و سپس به نظریه ساخت‌یابی (ساختاربندی) پرداخته شود.

اصالت ذهن یا عاملیت

در این دیدگاه پدیده‌های اجتماعی حاصل افعال آدمیان است و آدمیان عاملانی هستند که ارزش، اعتقاد، هدف، معنی، امر و نهی و احتیاط و تردید بر افعالشان حکومت می‌کند. (لیتل، ۶۳:۱۳۷۳) به دیگر سخن، انسان‌ها موجوداتی هستند که دارای علم و نیت هستند و رفتار آن‌ها مبتنی بر دلیل و سنجش و ارزیابی عاقلانه و محاسبه‌گرایانه است. این دیدگاهی سوژه‌محور است.

پذیرش نظریه اصالت عاملیت در علوم اجتماعی پیامدهای گوناگونی در پی دارد. اول این‌که نظم اجتماعی با نظم طبیعی تفاوت دارد. زیرا در نظم اجتماعی نسبت و اراده و آگاهی عامل مهم است ولی در نظم طبیعی اوصاف ثابت و عینی و قانون طبیعی حاکم بر آن‌ها مهم است. دیگر این‌که نیّت‌مند بودن، ارادی بودن و عالمانه بودن پدیده‌های اجتماعی راه را برای نحوه‌ای خاص از تبیین در علوم اجتماعی باز می‌کند که در علوم طبیعی ممکن نیست. در این صورت بسیاری از پدیده‌های اجتماعی حاصل عمل‌های هدفمند و مقصدداری است. به عبارتی، با آگاهی از این‌که انسان‌ها چه خواسته‌ای دارند و اعتقادات آن‌ها چیست و از عملشان چه هدفی دارند، می‌توان به فهم و تبیین عمل آن‌ها پرداخت. در این‌جا فرض بر این است که پدیده‌های اجتماعی محصول افعال هدف‌دار عاملان است. (همان:۶۹)

اصالت عین یا ساختار

ساختارگرایی مدعایش این است که جوامع، سیستم‌های درهم تنیده‌ای هستند که ساختارهای اجتماعی بسیار متنوعی را در دل فرد جای داده‌اند، مانند صورت‌های مختلف دولت، سیستم‌های اقتصادی و شبکه حمل و نقل، و نیز مدعای دیگرش این است که بسیاری از خصیصه‌های مهم جوامع مثل سازماندهی‌های پایدار و فرآیند تغییر را می‌توان معلول افراد خاص این ساختار دانست. بنابراین، فهم هرگونه پدیده‌ای در اجتماع مستلزم فهم ساختارهای آن جامعه است. (همان:۱۶۷) ساختار،

خصیصه آن سیستم اجتماعی است که در طول زمان و به مدت طولانی پایدار می‌ماند و از افرادی که در آن واجد نقشی هستند، مستقل است. همچنین ساختار آزادی افراد درون خود را مقید می‌سازد. با توجه به مطالب فوق، می‌توان گفت ساختارهای اجتماعی نظام‌هایی هستند بادوام و سامان‌بخش که با تعیین فراخناها و تنگناها هدایتگر و محدودکننده یا الهام‌بخش رفتار آدمیان هستند. (همان:۱۶۸)

ساختارگرایی در اساس آموزه‌ای است در بارهٔ زبان. اگرچه می‌توان آن را در مورد جنبه‌های دیگر زندگی انسان به صورت تمثیلی به‌کار برد. اگر بتوان جامعه و فرهنگ آن را همچون نوعی زبان دید و آن را به مثابه یک نظام فهمید در آن صورت ابزاری نیرومند برای درک هم تفاوت‌ها و هم شباهت‌های فرهنگ‌ها در اختیار خواهیم داشت.

بر اساس نظریه ساختارگرایی، تمام وقایع و اعمال دارای علل و عواقب ساختاری هستند، یعنی برگرفته از ساختارهای اجتماعی و اقتصادی هستند. ساختار اجتماعی، اصطلاحی است عام برای هر گونه شرایط یا اوضاع و احوال و محیط جمعی اجتماعی که برای فرد پدیده‌ای قطعی و تغییرناپذیر به شمار می‌رود.

ساخت‌یابی؛ اصالت به رابطهٔ بین عاملیت و ساختار

واژهٔ ساخت‌یابی[1] در اصل فرانسوی است و در زبان انگلیسی معادل ندارد و گیدنز آن را از زبان فرانسوی به عاریت گرفته است. نظریهٔ ساختاربندی گیدنز تلاشی جامع برای تلفیق عاملیت و ساختار است و توجه خود را به تنظیم ساختار کنش‌های متقابل بین اعتقادات، نیات، اهداف، گزینش‌ها و کنش‌های فردی و جمعی انسان‌ها از یک سو و شرایط ساختاری اندیشه و عمل از سویی دیگر معطوف می‌سازد.

گیدنز این نظریه را در ۱۹۷۰ طرح کرد و اعتقاد دارد که هر بررسی تحقیقی در علوم اجتماعی یا تاریخ، باید کنش یا عاملیت را با ساختار مرتبط سازد. به همین جهت کار مهم گیدنز غلبه بر دوگانگی[2] ساختار و عاملیت است. از نظر گیدنز جامعه هم ساختار است و هم کنش.

«ساختار برای گیدنز، واجد وجودی مجازی در سیاق‌های فکر و رد پاهای حافظه

---

1. Structuration 2. Dualism

است، و خاصیت آن صرفاً ایجاد قید و بند نبوده، بلکه نسبتاً تواناکننده است. به نظر او، ساختار عبارت است از قواعد و منابع (دانش، مهارت‌ها و توان علمی ــ خلاصه همان چیزی که ممکن است آن‌ها را کلاً به عنوان فرهنگ بشناسیم) و این‌ها را مردم از طریق اجتماعی‌شدن اخذ می‌کنند.» (اسمیت، ۲۲۹:۱۳۸۳)

می‌توان گفت نظریه مارکس یکی از درون‌دادهای مختلفی است که گیدنز از آن‌ها استفاده کرده است به طوری که ساختمان جامعه گیدنز در حقیقت تأمل بسط یافته این گفته تلفیقی مارکس است که می‌گوید: «انسان‌ها تاریخ را می‌سازند اما این کار را به دلخواه خودشان انجام نمی‌دهند، آن‌ها این کار را نه تحت شرایط انتخابیشان، بلکه تحت شرایطی که مستقیماً با آن روبرو می‌شوند و از گذشته به آن‌ها انتقال یافته است انجام می‌دهند.» این نقل قول می‌فهماند که کنش انسان محدود و مقیدشونده است. کنش انسان به‌ویژه تابع محدودیت‌های ساختاری است که نیروها و روابط تولیدی آن را به وجود می‌آورند. اما به چنان شیوه‌ای تعیین نمی‌شود که آنچه را روی می‌دهند، ناگزیر به صورت پیامد این محدودیت درآورد.

«نزد گیدنز، مفهوم تازه ساخت بر پایه این فکر استوار است که قواعد و منابع هستند که به اعمال اجتماعی ساخت می‌دهند. توجه داشته باشید که ساخت هم توانبخش است و هم محدودکننده. برای مثال، زبان ما را قادر به انتقال پیام‌ها می‌کند، اما اگر بخواهیم ارتباطی برقرار کنیم، مجبوریم همان قواعد را ادامه دهیم.» (کسل، ۲۲:۱۳۸۳)

از نظر گیدنز، ساختارهای اجتماعی عبارتند از مجموعه کلی و دفعتاً ظاهر شونده‌ای از قواعد، نقش‌ها و روابط و معانی که افراد در درون آن‌ها به دنبال آینده به کمک اندیشه و عمل انسان‌ها سازماندهی، بازتولید و متحول می‌شوند. این انسان‌ها هستند که در طی زمان، ساختارها را خلق می‌کنند و مبتکر تحول در آن‌ها می‌شوند، نه خود جامعه؛ ولی فعالیت‌ها و ابتکارات خلاقانه آن‌ها تابع محدودیت‌های اجتماعی است.

کار اصلی گیدنز در نظریه ساختاربندی این است که نشان دهد چگونه ساختارها ایجاد می‌شوند و روند شکل‌گیری و زایش ساختار در یک رابطه بین نیروها و عوامل ذهنی و فاعلی چگونه است. جان کلام نظریه ساختاربندی روشن کردن رابطه متقابل دیالکتیکی و دوگانه عاملیت و ساختار است، به عبارتی ساختار و عاملیت را

نمی‌توان جدا از هم تصور کرد. آن‌ها دو روی یک سکه هستند و در اصطلاح گیدنز عاملیت و ساختار یک پدیده دوگانه‌اند. از نظر گیدنز هر کنش اجتماعی دربرگیرنده ساختاری است و هر ساختاری به کنش اجتماعی نیاز دارد. بنابراین، عاملیت و ساختار به گونه‌ای جدایی‌ناپذیر در فعالیت روزمره در یکدیگر تنیده شده‌اند.

به اعتقاد گیدنز، ساختار هم میانجی و هم نتیجه کنش است: میانجی است زیرا عمل انسان بدون مهارت‌ها و دانش درونی شده محال یا پرآشوب خواهد بود؛ در عین حال نتیجه است، چون سیاق‌های گسترده‌تر فرهنگی آن هنگام که مورد استفاده قرار می‌گیرند، بازتولید هم می‌شوند. (اسمیت، ۱۳۸۳: ۲۲۹) بنابراین، در اندیشه ساختاریابی بر اساس این ایده به زندگی اجتماعی به عنوان فرایند متقابلی نگریسته می‌شود که کنش‌های فردی را به نیروهای اجتماعی پیوند می‌زند.

گیدنز تحلیلش را از عملکردهای انسانی شروع می‌کند و تأکید دارد که باید این عملکردها را حالتی بازگشتی[1] در نظر آورد. به عبارتی، عاملان اجتماعی فعالیت‌های انسانی را ایجاد نمی‌کنند، بلکه این کنش‌ها از طریق همان راه‌هایی که انسان‌ها خودشان را به عنوان کنشگر مطرح می‌سازند، دائماً بازتولید می‌شوند. عوامل انسانی از طریق کنش‌های خود شرایطی را به وجود می‌آورند که این کنش‌ها را ممکن می‌سازند. «گیدنز اعتقاد دارد که صرف‌نظر از اشتراک دانش و فرهنگ، دلیل دیگری هست بر این‌که چرا کنش انسان به بازتولید نظام اجتماعی متمایل است. او ادعا می‌کند که مردم بدان نیاز دارند که حس اعتماد داشته باشند و از بی‌اعتمادی می‌ترسند.» (همان: ۲۳۰)

مفهوم ساخت‌یابی دربردارنده مفهوم دو سویگی ساخت است که به طبیعت اساساً بازگشتی زندگی اجتماعی مرتبط است و بیانگر وابستگی دو جانبه ساخت و عاملیت است. منظور از دو سویگی ساخت این است که خواص ساختاری نظام‌های اجتماعی هم وسیله و هم نتیجه اعمالی است که نظام‌های مذکور را تشکیل می‌دهند. نظریه ساخت‌یابی، با این فرمول‌بندی، نافی هر گونه تمایزی میان همزمانی و در زمانی یا ایستایی و پویایی است. این نظریه همچنین نافی یکسان دانستن ساخت با محدودیت و مانع است.

---

1. Recursive

ساخت هم توانبخش و هم بازدارنده است و این یکی از وظایف مشخص نظریه اجتماعی است که شرایط حاکم بر پیوندهای متقابل این دو را در سازمان نظام‌های اجتماعی مطالعه کند. طبق این برداشت، ویژگی‌های ساختاری مشابهی به فاعل شناسایی و موضوع شناسایی تعلق دارد. ساخت به طور همزمان به شخصیت و جامعه شکل می‌دهد، اما در هیچ موردی این شکل دادن به دلیل اهمیت پیامدهای غیر عمدی کنش و به دلیل شرایط ناشناخته کنش تام و تمام نیست.

«هر فرآیند محصول چیز تازه‌ای است، محصول عمل تازه‌ای، اما در عین حال، همه کنش‌ها استمرار گذشته‌اند، گذشته‌ای که فراهم آورنده ابزارهای آغاز کنش است. بنابراین، ساخت را نه به عنوان مانع کنش، بلکه باید به عنوان چیزی که در ایجاد کنش نقش اساسی دارد، مفهوم‌پردازی کرد. حتی ریشه‌ای‌ترین فرایندهای تغییر اجتماعی که مانند همه فرایندهای دیگر در زمان رخ می‌دهد، برآشوبنده‌ترین شیوه‌های تغییر اجتماعی، همانند مستحکم‌ترین و پایدارترین شکل‌های اجتماعی متضمن ساخت‌یابی هستند. بر اساس مفهوم دو سویگی ساخت، کنشگران در تولید کنش متقابل به قواعد و منابع متوسل می‌شوند، اما بدین ترتیب همان قواعد و منابع از رهگذر همین کنش متقابل مجدداً پی‌ریزی و بنا می‌شود. بنابراین، ساخت حالتی است که در آن رابطه میان جزء و کل در بازتولید اجتماعی متجلی می‌شود.» (کسل، ۱۷۵:۱۳۸۳)

تفاوت نظریه ساخت‌یابی با ساختارگرایی این است که در ساختارگرایی کنشگر فردی یا عوامل انسانی درون ساختار در شکل‌گیری تعدیل یا تکمیل ساختار چندان نقشی ندارند و غالباً تحت تأثیر ناخودآگاه ساختارها به الزام‌ها و تکالیف ساختاریشان عمل می‌کنند، حال آن که در نظریه ساختاربندی گیدنز، عوامل انسانی هرچند در چارچوب ساختارها و تا اندازه‌ای تحت الزام قواعد ساختاری عمل می‌کنند، اما در تغییر، تکمیل و حتی ساخت ساختارهای نو می‌توانند نقش داشته باشند. در واقع، بر اساس این نظریه، میان ساختارها و عوامل انسانی رابطه متقابل و دیالکتیکی برقرار است. به اعتقاد گیدنز، ساختار و عاملیت در عملکرد جاری اجتماعی هیچ‌گونه جدایی از هم ندارند و این دو در واقع دو بعد تفکیک‌ناپذیر واقعیت اجتماعی را تشکیل می‌دهند و دو روی سکه این واقعیت به شمار می‌آیند. منتقدان گیدنز این نظریه را بیش از حد ایده‌آلیستی و پرداختن به پیرامون مسئله

ساختار و عاملیت به جای حل مسئله می‌دانند و همچنین معتقدند گیدنز نمی‌تواند به گونه‌ای درخور منابع فرهنگی (دانش و مهارت) و مادی (پول، اسلحه گرم و قدرت) را از یکدیگر جدا کند.

فرهنگ در نظریهٔ نظام جهانی امانوئل والرشتاین

امانوئل والرشتاین متولد ۱۹۳۰ در نیویورک، نظریه‌ای تحت عنوان نظریهٔ نظام جهانی به جامعهٔ علمی تقدیم کرده است. او با پیشینهٔ مارکسیستی و روش‌شناسی تاریخی به معرفی و تحلیلی فراگیرنده از وسیع‌ترین نظام اجتماعی ـ تاریخی نظام جهانی سرمایه‌داری مبادرت کرده است. این نظریه، جهان را به صورت یک نظام فضایی متشکل از محور، پیرامون و شبه‌پیرامون، که در روندهای طولانی‌مدت در حال گسترش و جابجایی هستند، تصویر می‌کند. در نظام سرمایه‌داری مازاد سرمایه از مناطق پیرامونی از طریق مبادله نابرابر و با اعمال قدرت سیاسی ـ نظامی به نفع قدرت‌های محور جذب می‌شود. در این نظام جهانی تمامی ساختارها و قواعد و نهادهای سیاسی و اقتصادی در ارتباط با کلیت نظام معنی می‌گیرد و هویت می‌یابد. از آن پس، جهان به دو بخش اصلی تقسیم شد، یعنی مرکز و پیرامون که البته پس از مدتی به سه قسمت اصلی مرکز، پیرامون و شبه‌پیرامون تفکیک شد.

طبق نظر والرشتاین، منطقه شبه‌پیرامونی در نظام جهان نقش حد واسطی را دارد که ویژگی‌های خاصی را که برخی مشخصه مرکز و برخی دیگر مشخصه پیرامون هستند، ارائه می‌کند. شبه‌پیرامون به سبب این ماهیت دوگانه، نقش اقتصادی و سیاسی مهمی را در نظام جهانی مدرن بازی می‌کند. اگرچه ریشه تفکرات و عملکردهای جهانی به گذشته‌های بسیار دور برمی‌گردد، اما رویکرد نظام جهانی والرشتاین از این ویژگی برخوردار است که قبل از هر چیز چارچوبی را ارائه می‌دهد که بر محور اقتصاد جهانی سرمایه‌داری قرار گرفته و قابل تطبیق با تحولات قرن پانزدهم بدین سوست. از ویژگی‌های مثبت تأکید بر این نظریه، استنباط مفیدی است که می‌توان از آن در جغرافیای سیاسی برای توجیه فرایندهای سیاسی در جهان امروز ارائه داد. شکل‌گیری اولیه دولت‌های ملی از سال ۱۶۴۸ و به دنبال معاهده وستفالی آغاز شد. ویژگی اصلی آن که در قرن شانزدهم در اروپا شکل گرفت، گرایش به این سمت بود که دولت (یا دولت ـ ملت) تبدیل به یک شکل سیاسی عام گردد و نظام

بین‌الدولی در سطح جهان بسط یابد. استحکام کلی نظام دولت ـ ملت‌ها در سده‌های شانزدهم و هفدهم تا اندازه‌ای تابع شرایط خاص حاکم بر اروپای غربی بود. نوعی همگنی نسبی فرهنگی نیز وجود داشت که مشخصه‌اش همگرایی درخور توجه اَعمال و عادت‌های زبانی، خانوادگی، قانونی، مذهبی، اقتصادی و سیاسی بود. این شرایط، گسترش این شکل از سازمان دولتی را در چارچوب منطقه تسهیل، و به جابجایی مجدد جمعیت سرزمین میان دولت‌ها کمک کرد. (والرشتاین، ۲۰۲:۱۳۷۷ و ۲۰۸)

اقتصاد جهانی سرمایه‌داری، نظامی است که سرتاسر جهان را به استیلای خود دارد و به لحاظ ساختارهای بنیادین بر مبنای قانون ارزش، انتفاع حداکثر سود و خلق انحصارات، خالق ناگزیر کشمکش‌ها و تنش‌های دائمی است و مهم‌ترین آن تقاضا و ستیز طبقاتی است که از سهم خود در این نظام ناخرسندند. می‌توان گفت جام زرین سودگرایی عقلایی آن اندازه که این نظام تاریخی را مست ساخته، مسموم هم می‌کند، پس باید چاره‌ای اندیشیده شود. اگر سرمایه‌داری در بنیاد خود عدول از قانون ارزش را برنمی‌تابد، لااقل باید خوی حریصش از چشم‌ها پنهان شود و این تلاش برای ظاهرفریبی همان ژئوکالچر است، همهٔ آن مفاهیم، ارزش‌ها، هنجارها و ایدئولوژی‌ها که نظام خود را بدین لحاظ با آن‌ها تغذیه کرده است.

در این بخش می‌خواهیم ببینیم اصولاً ژئوکالچر چیست و چگونه در نظام نقش‌آفرینی می‌کند؟ دیگر آن‌که صور تردید راجع به ژئوکالچر و مخالفت با آن چگونه است؟ و البته در تمام این نوشته آنچه مد نظر قرار دارد این‌که آیا والرشتاین، چنان‌که ظن پاره‌ای منتقدان می‌رود، نظریه‌ای تک‌بعدی (بعد اقتصادی) پرداخته است و در باب فرهنگ درخور و متناسب با سایر ابعاد به تحلیل و تبیین ننشسته است؟ سعی خواهد شد در این اختصار پاسخی درخور به این سؤالات داده شود. از نظر والرشتاین و به‌رغم توقع منتقدان، فرهنگ خصلتی مردم‌شناسانه یا انسان‌شناسانه ندارد، بلکه حائز نقشی کارکردی در نظام است. ژئوکالچر حاصل تلاش برای سرپوش گذاردن بر متناقضات نظام است و به نوعی اگرچه روبناست، زیربنا هم هست و بدون آن نظام باید حیات خود را به بهایی گزاف و سنگین پرداخت کند. از آن سو نیز آنچه در برابر ژئوکالچر در حیطه فرهنگ شکل می‌گیرد، حاصل سرخوردگی‌ها از این چارچوب ایدئولوژیک است و در حقیقت تمرینی است برای ارائه ارزش‌های جهانی منصفانه‌تر و عادلانه‌تر.

نظریهٔ نظام جهانی والرشتاین اکنون که عرصه‌های مختلف تحلیل‌های سیاسی و اجتماعی را به نوعی تحت تأثیر خود دارد، مشحون از اصطلاحات مارکسیستی است. مفاهیمی چون پرولتاریا، بورژوازی، استثمار، تقسیم کار، ارزش اضافی، زیربنا و روبنا، همگی مفاهیم مارکسیستی آشنایی هستند. حقیقت این است که والرشتاین نیز مانند مارکس سؤالاتی در مورد نظریهٔ خود برانگیخته است. چنان که رونالد رابرتسون در کتاب جهانی‌شدن از او به انتقاد می‌نویسد: «البته والرشتاین ممکن است بگوید که... نظام جهانی در درجه اول با فرایندهای اقتصادی به حرکت درمی‌آید. با این سخن والرشتاین تا حد زیادی موافقم، اما حتی اگر هم در مورد نقش درجه اول اقتصاد در ساختار دنیای جدید نظر مخالفی نداشته باشیم، باز هم نمی‌توانیم به این نتیجه‌گیری ساده برسیم که فرهنگ در مسائل عمده پدیده‌ای فرعی و تبعی است... والرشتاین مدت‌ها به صراحت اظهار نظر می‌کرد که فرهنگ را باید پدیده‌ای تبعی شمرد، هرچند او بخش مهمی از نوشته‌های خود را به بحث در بارهٔ فرهنگ اختصاص می‌دهد و در واقع در تعریفش از نظام‌های مدرن به اهمیت تنوع فرهنگی واقف است.» (رابرتسون، ۱۴۵:۱۳۸۲)

اما والرشتاین این سؤالات را بی‌پاسخ نمی‌گذارد؛ در مقاله‌ای تحت عنوان «فرهنگ، رزمگاه ایدئولوژیک نظام نوین جهانی»، به تفصیل در باره مفهوم و ابعاد فرهنگ در نظام جهانی سرمایه‌داری خود صحبت می‌کند و فرهنگ حاکم بر نظام سرمایه‌داری را ژئوپلتیک نامگذاری می‌کند و سپس در جهت تعیین جایگاه و کارکردهای آن در نظام سرمایه‌داری جهانی برمی‌آید.

با این‌همه، ظاهراً انتقادها آن اندازه است که در کتاب ژئوپلتیک و ژئوکالچر والرشتاین تصمیم بگیرد در مقدمهٔ کتاب خود را یک بار برای همیشه از مباحث مارکسیستی مربوط به زیربنا و روبنا خلاص سازد. وی با اشاره به انقلاب فرهنگی جهانی ۱۹۶۸ در پی قدرت اقتصادی در حال رشد اروپای غربی و ژاپن و مبدل شدن آن‌ها به عنوان رقبای اقتصادی آمریکا و نیز بی‌میلی شماری ازکشورهای جهان سوم (وقوع انقلاب‌هایی در چین، ویتنام، الجزایر و جاهای دیگر) به قبول سرنوشتی که یالتا (فرمولی که کمونیست (استالین) و مارکسیست (روزولت) این دو دشمن ایدئولوژیک برای ایجاد رابطه همزیستی پیدا کرده بودند) برای آن‌ها تعیین کرده بود، می‌نویسد: «رد ایدئولوژی لیبرالیسم (در اشکال ویلسونی و لنینیستی آن)

رویداد کم‌اهمیتی به شمار نمی‌رفت. این امر، در واقع، بیانگر قطع رابطه بنیادی با مقدمات فکری بود که من آن را ژئوکالچر اقتصادی جهانی سرمایه‌داری می‌خوانم.»

«برخی ژئوکالچر را روبنای این اقتصاد جهانی توصیف می‌کنند. من ترجیح می‌دهم آن را زیربنا بدانم، یعنی بخشی که از چشم پنهان‌تر است و از این رو ارزیابی آن دشوارتر است، اما بخشی است که بدون آن تغذیه دیگر بخش‌ها ممکن نیست.» (والرشتاین، ۲۴:۱۳۷۷)

اما با وجود این‌ها، ظاهراً انتقادات از والرشتاین هنوز وجود دارد، چنان که در سال ۱۹۹۴ انتقادی در کتاب رابرتسون آمده است و پس از چاپ کتاب‌های اخیر والرشتاین چون ژئوپلتیک و ژئوکالچر، سیاست‌های نظام جهانی سرمایه‌داری و کتاب مابعد لیبرالیسم بر او وارد شده است، یعنی پس از آن‌که او در این کتاب‌ها به موضوع فرهنگ پرداخته است. پس ریشه انتقادات و برداشت‌ها از کجا ناشی می‌شود؟

مسئله این است که ریشه برداشت‌هایی که فرهنگ را در نظریه والرشتاین فرعی و تبعی می‌شمارد در روش‌شناسی تاریخی والرشتاین جای دارد. او پدیده مورد تحلیل خود نظام جهانی را در یک کلیت شونده تاریخی می‌نگرد. بنابراین طبیعی است که تحلیل او از دو بُعد برخوردار باشد: بعد ساختار (فضا) و بعد حرکت (زمان). او در بُعد اول آن‌چنان که در تحقیقاتش خصوصاً در سه جلد تحلیل نظام جهانی آمده است، به ساختارهای بنیادین و شالوده‌های اقتصادی نظام می‌پردازد، به همین دلیل طبیعی است که به مقولاتی چون فرهنگ که منوط بر وجود ساختارهای اولیه یک نظام است و در داخل یک چارچوب خاص باید تحلیل گردد، کم‌تر پرداخته باشد.

البته باید پرسید چرا والرشتاین حقیقتاً فرهنگ را مقوله تبعی برمی‌شمرد (البته نه فرعی)، یعنی باید در نظریه او فرهنگ چنین جایگاهی داشته باشد؟ زیرا آن‌چنان که از اندیشه والرشتاین برمی‌آید، فرهنگ حاصل تلاش ما برای غلبه بر تناقض‌های نظام سرمایه‌داری موجود است، یعنی نظامی که در طول تاریخ شکل گرفته است و ما را با عناصر وجودی خود مواجه ساخته است.

والرشتاین می‌نویسد: «برای درک وقایع سال ۱۹۸۹ لازم است سه بردار بنیادی تجزیه و تحلیل شوند. اولین آن‌ها الگوی چرخه‌ای تسلط‌ها در نظام نوین جهانی است. دوم، برملا شدن پوشش‌های ایدئولوژیک اقتصاد جهانی سرمایه‌داری بین

سال‌های ۱۷۸۹ تا ۱۹۶۸ است و سوم فقدان قطعیت عمیق مفهوم تکامل یا چگونگی وقوع گذار از نظامی تاریخی به نظامی دیگر است.» (همان:۱۲)

والرشتاین در خصوص بردار اول به داستان سومین تسلط، یعنی تسلط آمریکا به بریتانیا که از سال ۱۸۷۳ یعنی به اصطلاح «رکورد بزرگ» قرن نوزدهم آغاز می‌شود، اشاره می‌کند که به دنبال این تحولات، احیای موازنه قوا، رقابت حاد بین قدرت‌های بزرگ و تغییرات ناپایدار در اتحادها و نهایتاً مناطق پیرامونی و نیمه‌پیرامونی اقتصاد جهانی را جلوه‌گر ساخت.

در بردار دوم است که والرشتاین عمیقاً به مفهوم و جایگاه فرهنگ در نظام جهانی می‌پردازد و تأکید می‌کند از ۱۹۶۸ (به‌ویژه در دهۀ هشتاد) ژئوکالچر به سه شکل عمده به چالش خواسته شده است که این سه شکل در واقع گونه‌هایی هستند که مضمونی واحد دارند و عبارت است از رد ادعاهای جهان‌شمول لیبرالیسم، خلق مفاهیم نژادگرایی و جنسیت‌گرایی و آخرین چالش در مورد پیوند بحران در علوم و بحران به نظام جهانی و بحران در جنبش‌ها مربوط می‌شود. (همان:۲۵)

والرشتاین چالش اول را تمرکز جدید بر «فرهنگ» در تقابل با تمرکز بر «اقتصاد» یا «سیاست» مطرح می‌کند و این امر را سرخوردگی ناشی از سودمند بودن ایجاد دگرگونی در جهان با تغییر اشکال اقتصادی یا سیاسی نسبت می‌دهد. چالش دوم، درواقع، انعکاسی از شناسایی دیرهنگام ویژگی بنیادی ژئوکالچر اقتصادی جهانی سرمایه‌داری است؛ یعنی وجود ذاتی و ضروری جنسیت‌گرایی و نژادگرایی در ساختارهای آن با وجود ادعاهای جهان‌شمولی آن است.

آخرین چالش متوجه ژئوکالچر، در مفهوم «علم جدید» نهفته است که خود حمله مستقیمی به قدیم‌ترین ستون فکری نظام نوین جهانی یعنی علم بیکنی ـ نیوتنی، محسوب می‌شود.

والرشتاین در توضیح بردار فقدان قطعیت عمیق مفهوم تکامل به تحلیل الگوی تکامل نظام جهانی با استفاده از شیوه‌های جدید علمی اشاره می‌کند و می‌نویسد: «اقتصاد جهانی سرمایه‌داری از نظامی تاریخی تشکیل شده است و بنابراین سرگذشتی تاریخی دارد: به این معنی که پیدایشی دارد و دارای مجموعه‌ای از آهنگ‌های چرخه‌ای و روندهای خطی است که وجه مشخصۀ آن را تشکیل می‌دهند و نیز واجد تناقضات درونی‌ای است که منجر به زوال نهایی آن خواهد شد.» (همان:۲۸)

او با تفسیر مطالب و مباحث مربوط به سه بردار بنیادی ذکر شده می‌نویسد: «فروپاشی لنینیسم، خبر بسیار بدی برای نیروهای غالب اقتصاد جهانی سرمایه‌داری است. این امر آخرین نیروی عمده و از لحاظ سیاسی تثبیت‌کننده نظام جهانی را از میان برداشته است... نظام جهانی اینک در حال تحول است. ۱۹۸۹ درها را به روی گذشته بست. اکنون شاید به قلمرو حقیقی عدم قطعیت پاگذاشته‌ایم... سرمایه‌داری تاریخی، مانند همه نظام‌های تاریخی، نه به خاطر شکست‌هایش، بلکه به خاطر موفقیت‌هایش از میان خواهد رفت. خروج لنین، خروج ویلسون را نیز به دنبال خواهد داشت.» (همان:۲۹ ـ ۳۰)

والرشتاین در ذیل مطلبی با عنوان «فرهنگ، رزمگاه ایدئولوژیک نظام نوین جهانی» برای جلوگیری از ابهام بیش از حد و قابل درک شدن مفهوم فرهنگ، با اشاره به خصلت‌ها، رفتارها، ارزش‌ها و اعتقادات مشترک، فرهنگ را به دو نوع در نظام جهانی تقسیم می‌کند: «نخست، گروهی که به فرهنگ به عنوان وجه مشخصه و ویژگی متفاوت جوامع نسبت به یکدیگر می‌نگرند و دوم، گروهی که فرهنگ را نشانه وجود سطح متعالی رفتار و ارزش‌های گروهی خاص در درون یک جامعه می‌دانند. از نظر گروه اول، فرهنگ نشانگر شاخصهٔ یک جامعه در میان جوامع دیگر است و از نظر گروه دوم فرهنگ نمایشگر برتری و تعالی یک گروه در درون یک جامعه نسبت به دیگر گروه‌های اجتماعی است.» (سلیمی، ۱۳۸۱:۱۳۵ ـ ۱۳۶)

کاربرد شماره یک فرهنگ، روشی برای خلاصه کردن روش‌هایی است که موجب تمایز گروه‌ها با هم می‌شوند (فرهنگ نمایانگر مشترکات داخل گروه است). کاربرد شماره دو فرهنگ، بر برخی مشخصه‌های درونی گروهی در برابر برخی دیگر از مشخصه‌ها داخل همان گروه دلالت دارد (اشاره به هنرهای عالی در برابر اعمال و کارهای روزمرهٔ عامه‌پسند). ولی از کاربرد شماره یک فرهنگ به عنوان فرهنگ ملی در یک کشور و از کاربرد شماره دو فرهنگ به عنوان یک خرده‌فرهنگ در داخل یک کشور یاد می‌کند. والرشتاین سیر تحول واقعی فرهنگ (در هر یک از کاربردها) را طی زمان در چارچوب نظام تاریخی (اقتصاد جهانی سرمایه‌داری) که خود به وجود آورنده کاربرد گسترده و سردرگم‌کننده‌ای از مفهوم فرهنگ است، بررسی و این طور نتیجه‌گیری می‌کند: «فرهنگ یا نظام اعتقادی این اقتصاد جهانی سرمایه‌داری، حاصل کوشش‌های تاریخی جمعی ما برای کنار آمدن با تناقض‌ها، ابهام و

پیچیدگی‌های واقعیت‌های اجتماعی ـ سیاسی این نظام خاص است. تا حدودی این کار را با ایجاد مفهوم فرهنگ (درکاربرد شماره یک) به صورت تأکید بر واقعیت‌های تغییرناپذیر جهانی انجام داده‌ایم که بی‌وقفه در حال تغییر و دگرگونی است. از آن سو، تا حدودی نیز این کار را با ایجاد مفهوم فرهنگ (کاربرد شماره دو) به صورت توجیه بی‌عدالتی‌های نظام، با تلاش برای ثابت نگه‌داشتن آن جهانی انجام داده‌ایم که بی‌وقفه در معرض تهدید تغییر قرار دارد.» (والرشتاین، ۲۳۸:۱۳۷۷) وی در خصوص چگونگی ایجاد این امر با توجه به همسو نبودن منافع با یکدیگر، اقدامات این‌چنینی برای ایجاد فرهنگ را به ندرت بی‌طرفانه دانسته و می‌گوید: «صرف اقدام به ایجاد فرهنگ، خود به منزله ایجاد یک رزمگاه است. رزمگاهی ایدئولوژیک برای منافع متضاد در چارچوب این نظام تاریخی.» (همان:۲۳۸)

او همچنین از تناقض ایدئولوژی‌های جهانی‌گرایی و نژادگرایی ـ جنسیت‌گرایی درکنترل منافع اقتصاد جهانی سرمایه‌داری نظام جهانی به عنوان ابزارهای قدرتمند برای مهار تنش‌های تناقض‌آمیز نظام جهانی یاد می‌کند و می‌نویسد: «در ایدئولوژی جهانی‌گرایی، سلسله‌مراتبی از دولت‌ها در چارچوب نظام بین‌المللی و سلسله‌مراتبی از شهروندان در چارچوب هر یک از دولت‌های دارای حاکمیت وجود دارد. این ایدئولوژی از یک سو، تسکین‌دهنده و فریبنده است و از سوی دیگر، یک وزنهٔ متقابل سیاسی محسوب می‌شود که ضمناً می‌توانند علیه قدرتمندان از آن استفاده کنند و در عمل این کار را انجام می‌دهند. نژادگرایی ـ جنسیت‌گرایی نیز در حکم ایدئولوژی به نابرابری‌های واقعی، یعنی سلسله‌مراتب موجود چه در چارچوب نظام به عنوان یک کل و چه در چارچوب هر یک از دولت‌های دارای حاکمیت، مشروعیت می‌بخشد.»

والرشتاین از جنبش ضد نظام به عنوان آخرین جنبه فرهنگ، در حکم رزمگاهی ایدئولوژیک یاد کرده و می‌نویسد: «جنبش ضد نظام، جنبش برای تغییر نظام و در عین حال، محصول خود نظام است. این جنبش‌ها بر حسب فرهنگ (کاربرد شماره دو) مدعی هستند که فرهنگ جدیدی ایجاد کرده‌اند، فرهنگی که مقدر است فرهنگ (کاربرد شماره یک) جهان آینده باشد.» ولی اگر فعالیت‌های جهانی این جنبش‌ها را بررسی کنیم، خواهیم دید که آنچه انجام داده‌اند، اساساً مبدل ساختن خود به جامه

عمل پوشندگان به رؤیاهای لیبرالی بوده و این رؤیا به صورت دو الزام عملیاتی استراتژیک درآمده است ـ گسترش «علم» در اقتصاد و گسترش «همسان‌سازی» در عرصه سیاسی.

در خصوص این امر در زمان انقلاب فرهنگی جهانی در سال ۱۹۶۸ این جنبش‌ها یا برخی از آن‌ها، به ابراز نشانه‌هایی از شک و تردید در مورد سودمندی و معقولیت «علم» و «همسان‌سازی» در حکم اهداف اجتماعی، پرداختند و می‌توان گفت تا زمانی که آن‌ها به چگونگی پاسخگویی به رؤیای لیبرالی علم و همسان‌سازی بیش‌تر نامطمئن باشند، یارای جنگ بر سر مواضع خود با نیروهای مدافع نابرابری‌های جهان را نخواهند داشت.

در واقع «هواداران نظام ممکن است همچنان ادعا کنند که علم‌گرایی و همسان‌سازی نمایانگر ارزش‌های راستین فرهنگ جهانی (در کاربرد شماره یک) است و دست‌اندرکاران آن‌ها افرادی با فرهنگ (در کاربرد شماره دو) هستند و در زمره مبلغان والامقام این فرهنگ (در کاربرد شماره یک) به شمار می‌آیند. مادام که این امر مصداق دارد، همه ما تحت پوشش ایدئولوژی‌های دوگانه (و تعارض کاذب) جهان‌گرایی و نژادگرایی ـ جنسیت‌گرایی قرار داریم.» (همان:۲۶۳)

والرشتاین در پایان بحث فرهنگ، رزمگاه ایدئولوژیک نظام نوین جهانی، به‌کارگیری فرهنگ در پوشش ایدئولوژیکی برای پوشش تناقضات در جهت منافع نظام جهانی سرمایه‌داری، از دام فرهنگی نیرومندی نام می‌برد که روی آن را خاک و خاشاک پوشانده و نمای کلی و ددمنشانه آن از نگاه ما پنهان است، و برای خلاصی از آن راهکارهایی پیشنهاد می‌کند و می‌گوید: «ورای علم‌گرایی، به گمان من، علمی وجود دارد که تعریف وسیع‌تری دارد، علمی که قادر خواهد بود خود را به نحو چشمگیری با علم انسانی آشتی دهد... ممکن است مجبور شویم تاریخ علم را معکوس کنیم و از علت‌های مؤثر به علل نهایی بازگردیم... اگر این کار را انجام دهیم، ممکن است بتوانیم هر آنچه را ممکن است خاص محسوب شود (یعنی هر آنچه را غربی است) برای کشف امکانات جدید به دور اندازیم.» (همان:۲۶۳)

او در بررسی‌های خود در خصوص تبیین درست جایگاه فرهنگ تا جایی پیش می‌رود که می‌نویسد: «حس می‌کنم نظام جهانی ما از لحاظ فرهنگی نیازمند نوعی جراحی است.» (همان:۲۶۴)

فرهنگ از نظر پارسونز

تالکوت پارسونز، فرزند کشیش کلیسای پروتستانی، در سال ۱۹۰۲ در شهر کلرادو اسپرینگ در ایالت کلرادوی آمریکا دیده به جهان گشود. مطالعات و تألیفات پارسونز مکتب «ساختارگرایی کارکردی» را پدید آورد که قریب به سی سال بر جامعه‌شناسی آمریکا سایه افکنده و جامعه‌شناسی جهان را متأثر ساخته بود.

کارکردگرایان می‌گویند که اگر ما بخواهیم نهادهای مهم یک جامعه یا فرهنگ را بشناسیم و توضیح بدهیم که چرا اعضای آن به شیوه معینی رفتار می‌کنند، باید آن را به‌طور کلی مطالعه کنیم. (گیدنز، ۷۴۸:۱۳۷۳) و «فرض اصلی ساختارگرایی در مطالعات فرهنگی این است که می‌توان در پس هر فرآورده فرهنگی عناصری یافت که رابطه‌ای شبکه‌وار با یکدیگر دارند و این روابط، ساختاری کلی را تشکیل می‌دهند که نهایتاً درکانون و هسته پدیده فرهنگی مورد نظر نهفته است. وقتی این ساختار کشف شود، همهٔ اجزا را می‌توان به عنوان بازتولید، بر حسب آن ساختار توضیح داد.» (صالحی امیری، ۱۴۷:۱۳۸۶)

به طور کلی، هر جامعه انسانی نیازمند چهار گونه فعالیت (یا چهار خرده‌نظامِ کنش) برای رفع حوائج خویش است: کنش‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی. برای سامان‌بخشی به هر یک از این مجموعه فعالیت‌ها نهادها و ساز و کارهایی پدید آمده‌اند که هر یک بخشی از نیازمندی‌های جامعه را برطرف می‌کند، و همه با هم انسجام و تعادل را برقرار می‌سازند. این خرده‌نظام‌ها، گرچه از یکدیگر متفاوتند، باید همخوانی و تجانس داشته باشند وگرنه عمل و کارکرد یکی با دیگری منافات پیدا می‌کند و یکپارچگی نظام اجتماعی را بر هم می‌زند. پس اصل تعادل و یکپارچگی نظام، مستلزم همخوانی و تجانس اجزا با یکدیگر و با کل نظام و محیط کار است. در این‌چنین دیدگاهی، پارسونز خرده‌نظام فرهنگی را در بالاترین جایگاه قرار می‌دهد، به این معنی که سایر نظام‌ها، الگوهای رفتاری و هنجاری خود را از او می‌گیرند و نظم و ترتیب خود را بر اساس اطلاعات صادرشده از سوی آن تنظیم می‌کنند. اکنون به تحلیل پارسونز از فرهنگ می‌پردازیم.

پارسونز در باب ساختار کنش اجتماعی با اشاره به مدل انسان اقتصادی، آن را مورد انتقاد قرار می‌دهد و معتقد است به رغم ادعای طرفداران این مدل بر آزادی آدمیان، انسان اقتصادی در نهایت در چنبره معمای منفعت‌گرایی گرفتار می‌شود.

«پارسونز بر این اعتقاد بود که آزادی و هدفمند بودن را تنها با در نظر گرفتن نقش فرهنگ می‌توان با هم جمع بست. همچنین او اظهار می‌داشت که کنش انسانی همواره یک بُعد هنجاری و غیر عقلانی دارد و این کنش تحت هدایت آرمان‌ها و ادراکات عام است و از آن‌جا که این‌ها درونی افرادند و موجب تأمین انگیزه افراد می‌شوند، الگوی داوطلبانه کنش را شکل می‌دهند نه الگوی اجباری آن را.» (همان:۱۰۵)

پارسونز با برداشت‌های فرهنگی متأثر از شکل‌گیری رفتار فردی توسط وجدان جمعی دورکیم و جامعه‌شناسی دینی و مفهوم کنش مبتنی بر عقلانیت ارزشی وبر، معتقد است در بیان کنش انسانی، «انگیزه یک امر درونی و دارای الگوست و مردم را وا می‌دارد تا داوطلبانه به سوی اهداف خاص مشترک گام بردارند.» (اسمیت، ۴۸:۱۳۸۳)

به اعتقاد پارسونز، الگوی کنش واحد[1] که نوعی الگوی سنخی آرمانی از عمل منفصل یا ناپیوسته فرضی انسان است، در مرکز ساختار کنش اجتماعی قرار دارد. وی استدلال می‌کند که «در کنش واحد پنج ویژگی وجود دارد: ۱) غایت: هدف کنش، ۲) وسایل: آنچه کنشگر را به تکمیل کنش قادر می‌سازد، ۳) شرایط: موقعیت‌ها و قید و بندهایی که کنش در محدوده آن‌ها به وقوع می‌پیوندد، ۴) هنجارها: درک این امر که غایات و وسایل قابل قبول کدامند، ۵) تلاش: کاری که عامل برای تکمیل عمل انجام می‌دهد. عمده تلاش پارسونز در کتاب ساختار اجتماعی، تأکید بر محوریت نظم بخشیدن هنجاری به الگوهای کنش بود. این کنش میان استدلال به سوی الگوی کثیرالابعاد از یک سو و دفاع نهفته از ایده‌آلیسم از سوی دیگر، درونمایه‌ای است که می‌توان رد پای آن را در سراسر کار جامعه‌شناسی پارسونز مشاهده کرد.» (صالحی امیری، ۱۰۶:۱۳۸۶)

پارسونز فرهنگ را نیروی عمده‌ای می‌انگاشت که عناصر گوناگون نظام اجتماعی را به همدیگر پیوند می‌دهد. فرهنگ، میانجی کنش متقابل میان کنشگران است و شخصیت و نظام اجتماعی را با هم ترکیب می‌کند. فرهنگ این خاصیت را دارد که کم و بیش می‌تواند بخشی از نظام‌های دیگر شود.

---

1. Unit Act

پارسونز فرهنگ را نظام الگودار و سامان‌مندی از نمادها می‌داند که هدف‌های جهتگیری کنشگران، جنبه‌های ملکهٔ ذهن شده نظام شخصیتی و الگوهای نهادمند نظام اجتماعی را دربرمی‌گیرد. وی در خصوص استقلال فرهنگ به عنوان یک حوزه یا نظام فرهنگی نسبت به جامعه به لحاظ تجربی می‌گوید: «یک نظام فرهنگی، ممکن است با از میان رفتن اشخاصی که میراث‌دار آن هستند، دچار نابودی شود؛ اما فرهنگ همچنان می‌تواند بعد از حاملانش، زنده بماند. فرهنگ تنها از طریق یاد دادن و یادگرفتن از نسلی به نسل دیگر منتقل نمی‌شود، بلکه می‌تواند در نمادهای خارجی، برای مثال در کارهای هنری، نوشته‌ها و تمهیدات ذخیره‌سازی (مثل نوارهای کامپیوتری)، تجسم پیدا کند... لذا یک سیستم ممکن است طی زمان پایدار بماند و به طور نسبی از تأثیرات محیطش که نه تنها شامل دنیای فیزیکی ـ ارگانیکی، بلکه شامل خرده‌نظام‌های اجتماعی، روان‌شناختی و ارگانیک است، محفوظ بماند. این پایداری به یک سیستم فرهنگی امکان می‌دهد تا به عنوان الگوی یک سیستم خودآیین کنش خدمت کند. از این مقطع به بعد فرهنگ به عنوان سیستمی درک می‌شود که از الزامات حفظ خود تبعیت می‌کند و این‌که باید با منابع کمیاب دست و پنجه نرم کند و بالاخره با سایر خرده‌نظام‌ها تنها به همان معنی وارد همپیوندی شود که، به طور کلی، سیستم‌هایی که برای یکدیگر تشکیل محیط می‌دهند، در نقاط ضروری با یکدیگر وارد تبادل می‌شوند.» (همان:۱۰۷)

پارسونز همچنین در نظریه سیستم‌ها، ساختار جامعه، نقش فرهنگ در حفظ این ساختار و روابط درونی الگومند فیمابین مؤلفه‌های گوناگون نظام اجتماعی را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این نظریه «اجزا باید به واسطه روابطی که با کل دارند، توصیف شوند و جامعه، کلیت نسبتاً ثابتی است که اجزا و مؤلفه‌های گوناگون آن با هم کنار می‌آیند و یک کل را تشکیل می‌دهند.» (همان:۱۰۶)

وی با فرض فرهنگ به عنوان یکی از اجزای سیستم، از آن سیستم ارزشی مشترکی یاد می‌کند که ممکن است منجر به انسجام اجتماعی شود و معتقد است: «فرهنگ به عنوان سیستم نمادین معنی‌دار (الگوهای ایده، ارزش‌ها) هم رفتار انسان و هم نتایج آن را شکل می‌دهد.» (همان:۱۰۷)

پارسونز و شیلز در یک اثر مشترک با عنوان نظریه‌ای عمومی در باب کنش، الگویی از جامعه را پیشنهاد می‌کنند که سه نظام را دربرمی‌گیرد:

۱. نظام اجتماعی: تشکیل شده است از تعاملات مردم با یکدیگر. این نظام عرصه‌ای است که در آن امکان بالقوه کشمکش میان عاملان بر سر منابع و اهداف کمیاب وجود دارد (اسمیت، ۵۱:۱۳۸۳). پارسونز واحد بنیادی در بررسی نظام اجتماعی را آمیزهٔ نقش و منزلت می‌گیرد و همچنین ارزش‌ها و هنجارها را در تحلیل فرد به‌کار می‌برد. منزلت به یک جایگاه ساختاری در داخل نظام اجتماعی اطلاق می‌شود و نقش، همان کاری است که یک کنشگر در همان موقعیت انجام می‌دهد. کنشگر بر حسب اندیشه و اعمال در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه بر حسب موقعیتی که در نظام اجتماعی دارد، دیده می‌شود.

پارسونز شیوه‌های انتقال ارزش‌ها و هنجارها را طی روند اجتماعی‌شدن و ملکه ذهن شدن (ارزش به صورت بخشی از وجود کنشگر یا وجدان اجتماعی او درمی‌آید) می‌شناسد و می‌گوید: «ترکیب الگوهای جهتگیری ارزشی که به وسیله کنشگر طی روند اجتماعی‌شدن به دست می‌آید، باید تا اندازهٔ زیادی نتیجهٔ کارکرد ساختار نقش بنیادی و ارزش‌های مسلط نظام اجتماعی باشد.»

۲. نظام فرهنگی: پارسونز فرهنگ را نیروی عمده‌ای می‌انگاشت که عناصر گوناگون نظام اجتماعی را به همدیگر پیوند می‌دهد. فرهنگ میانجی کنش متقابل میان کنشگران است و شخصیت و نظام اجتماعی را با هم ترکیب می‌کند. فرهنگ این خاصیت را دارد که کم و بیش ممکن است بخشی از نظام‌های دیگر گردد. «پارسونز قلمرو نهادهای شناختی (مثلاً معادلات ریاضی، گزارش‌های مالی و غیره) مرتبط با اندیشه‌ها و باورهای مربوط به جهان، نهادهای بیانی (از قبیل هنرها مثلاً موسیقی) و معیارها و هنجارهای اخلاقی را سه قلمرو عمده در نظام فرهنگی می‌شمارد.» (همان:۵۳)

۳. نظام شخصیتی: پارسونز شخصیت را نظام سازمان‌یافته‌ای از جهتگیری و انگیزش کنش کنشگر فردی می‌انگارد. پارسونز و شیلر تمایلات نیازی را مهم‌ترین واحدهای انگیزش کنشی و عنصر سازنده شخصیت می‌دانند. «پارسونز با اتکا به اندیشه فروید نشان می‌دهد که نظام شخصیتی از امیال مبتنی بر نیاز ساخته شده است... او صریحاً ذکر می‌کند که چطور امیال مبتنی بر نیاز و ایده‌های مربوط به راه‌های مناسب نیل بدان‌ها، از طریق فرایند اجتماعی‌شدن و نظام ارزش‌های جامعه مشخص می‌شوند. این همراستایی امیال مبتنی بر نیاز به حفظ نظام اجتماعی کمک می‌کند.» (همان:۵۲)

اگرچه پارسونز بر جدایی و استقلال تحلیلی این نظام‌ها تأکید می‌کند، «عملاً چنان می‌نماید که اهمیت نظام فرهنگی بیش‌تر است. نظام فرهنگی با شکل دادن به امیال مبتنی بر نیاز به قلمرو فردی تجاوز می‌کند، و علاوه بر آن از طریق نقش‌ها، در نظام اجتماعی نیز نهادینه می‌شود. به نظر می‌رسد در این الگو، جایی برای تأثیر متقابل شخصیت و نظام‌های اجتماعی بر نظام فرهنگی باقی نمی‌ماند.» (همان:۵۳)

پارسونز و یکی از دانشجویانش به نام نیل اسملسر[1] صورت دیگری از نظریه سیستم را تحت عنوان «مدل اجیل» طرح کردند. این مدل در جدول ۲ ـ ۱ نشان داده شده است. (همان:۵۵)

«پارسونز و اسملسر معتقد بودند جامعه از چهار خرده‌سیستم یا زیرمجموعه

A	G
I	L

جدول شماره ۲ـ۱، مدل AGIL

متفاوت تشکیل شده و هر یک از این‌ها در رابطه با مسئله‌ای خاص، کارکرد خاص خودش را دارد.» (همان:۵۴)

او معتقد است در این مدل یک کارکرد مجموعه فعالیت‌هایی است که در جهت برآوردن یک نیاز یا نیازهای اجتماعی انجام می‌گیرد. بر اساس این تعریف چهار تکلیف برای همهٔ نظام‌ها ضروری است:

۱. A حرف نخست واژه «Adaptation» به معنای سازگاری و تطبیق: یعنی هر نظامی باید با محیطش سازگاری ایجاد کند و محیط را با نیازهایش سازگار کند. پارسونز اقتصاد را در این حیطه دارای اهمیت می‌داند.

۲. G حرف نخست عبارت «Goal attainment» به معنای تحقق هدف: هر نظامی باید هدف‌های اصیل خود را تعیین کند و به آن‌ها دست یابد. در این عرصه، سیاست نقش محوری دارد.

۳. I حرف نخست واژه «Itegration» به معنی ادغام و یکپارچگی: هر نظامی باید

---

1. Neil Smeleser

روابط متقابل اجزایش را تنظیم کند. نظام حقوقی و قانونی و نـهادهای اجـتماعی مورد نظر است.

۴. L حـــرف اول عـــبارت «Latent pattern of maintenance and tension management» به معنای «الگوی پنهان حفظ نظم و مدیریت تنش» است. هر نظامی باید انگیزش‌های افراد و الگوهای فرهنگی آفریننده و نگهدارنده این انگـیزش‌ها را ایجاد، نگهداری و تجدید کند. نهادهای مربوط به تولید ارزش‌های فرهنگی از جمله مدرسه و خانه بخشی از این خرده‌نظام هستند.

قابلیت به‌کارگیری الگوی اجیل در سطوح گوناگون تحلیل از جمله ویژگی‌های این مدل است به این معنی که برای یک جامعه و خرده‌سیستم‌های آن یعنی نهادهای زیرمجموعه آن می‌توان به‌کار برد.

پارسونز در این مدل نیز به نقش مهم فرهنگ (خرده‌سیستم L) تأکید می‌کند و معتقد است فرهنگ اهداف غایی را تعیین می‌کند که جامعه بر اساس آن‌ها عـمل می‌کند و ثبات سیستم و نظام را تضمین می‌کند. پارسونز در این بـاره بـه الگـوی سایبرنتیک[1] در باره نظم بخشیدن به نظام می‌اندیشید، ادراکی که از زیست‌شناسی وام گرفته بود. ایده این است که فرهنگ به منزله یک دستگاه کنترل عمل می‌کند. درست به همان‌گونه که خروجی ناچیزی از مغز [در سایبرنتیک] می‌تواند حرکات بدن انسان را هدایت کند، در نظر پارسونز، ورودی‌های[2] نمادین و اطلاعات اندکی که از منشأ فرهنگ به سیستم اجتماعی وارد می‌شوند، قادرند تا کـار یک ورودی بزرگ را با هدایت کلی دستگاه اجتماعی انجام دهند.» (هـمان:۵۷) و ایـن نگـرش ممتازی است که پارسونز برای فـرهنگ قـائل است؛ نگـرشی کـه در آن ارزش‌هـا، هنجارها و فرایندهای نمادین برای حفظ نظم اجتماعی مفیدند.

سازه‌گرایی در روابط بین‌الملل

نظریهٔ سازه‌انگاری، که از آن به عنوان یک رویکرد یا فرا نظریه یاد می‌شود، ریشه در جامعه‌شناسی معرفت دارد. پیتر برگر و توماس لاکمن در دههٔ ۱۹۷۰ این نظریه را در کتاب ساخت رویکرد اجتماعی واقعیت: رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت مطرح کردند

1. Cybernetic Model 2. Inputs

و ریشه‌های آن به مکتب شیکاگو و پدیدارشناسی برمی‌گردد. (کریمی، ۵۷۷:۱۳۸۶)

پایان جنگ سرد نقطهٔ عطفی مهم در تاریخ روابط بین‌الملل بود. نظریه‌های عقل‌گرا که به دو دسته کلی نو واقع‌گرایان و نئولیبرال‌ها تقسیم می‌شوند و عنوان نوفایده‌گرایی نیز به آن‌ها داده شده است، قادر به پیش‌بینی فروپاشی بلوک شرق و پایان جنگ سرد و تبیین این دگرگونی عظیم نشده بودند و موج جدیدی از نظریه‌ها قد علم کردند و مدعی تبیین این دگرگونی بزرگ شدند. از این رو دو طیف عمده از نظریه‌ها شامل نظریه‌های انتقادی و پست‌مدرنیست‌ها از یک سو و نظریه‌های سازه‌گرا از سوی دیگر به طور کلی در مقابل عقل‌گرایان ظهور کردند.

نظریهٔ انتقادی که به دو شاخه مدرنیستی به عنوان نماینده مکتب فرانکفورت در حوزه روابط بین‌الملل و شاخه پست‌مدرنیستی تقسیم می‌شود، مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی عقل‌گرایان را زیر سؤال می‌برند. این مبانی سه‌گانه زیربنای نظری یا مفروضات مبنایی عقل‌گرایان برای مطالعه، تبیین و پیش‌بینی در روابط بین‌الملل را تشکیل می‌دهند. مطابق با این مبانی فکری، دولت‌ها دارای ذات و ویژگی‌های ازلی و ابدی و ماقبل اجتماعی یا پیشینی در نظر گرفته می‌شوند. از این رو گفته می‌شود که دولت‌ها همواره خواهان حداکثر سود و حداقل ضرر هستند. بر این اساس، هویت و منافع دولت‌ها ثابت و تغییرناپذیر در نظر گرفته می‌شوند و تغییر شرایط فکری و مادی هیچ اثری در هویت و منافع ثابت و همیشگی دولت‌ها ندارد.

نظریه انتقادی و پست‌مدرنیست‌ها بعد از زیر سؤال بردن تمامی مفروضات مبنایی عقل‌گرایان در حوزهٔ روابط بین‌الملل، معتقدند که هویت و منافع دولت‌ها، ذاتی یا ازلی و ابدی نبوده، بلکه در فرایند تعامل اجتماعی و جامعه‌پذیری بین‌المللی در داخل گفتمان غالب شکل گرفته‌اند و به همین دلیل با دگرگونی گفتمان بر اثر تغییر مبانی فکری، ارزشی و هنجاری، هویت و منافع دولت‌ها نیز دگرگون می‌شود.

سازه‌گرایان نیز در تحلیل عقل‌گرایان در حوزهٔ روابط بین‌الملل موافق با نقدهای ارائه شده از سوی صاحب‌نظران نظریه انتقادی و پست‌مدرنیست‌ها هستند و از این رو، سازه‌گرایان نیز مبانی هستی‌شناختی، روش‌شناختی، معرفت‌شناختی و جامعه‌شناختی عقل‌گرایان را زیر سؤال می‌برند. به طور کلی، سه فرض

هستی‌شناختی سازه‌گرایان عبارتند از این‌که اولاً، ساختارها و عوامل مادی و معنایی نقش برابری در شکل دادن به هویت و رفتار بازیگران سیاسی و اجتماعی دارند؛ چه این‌که افراد باشند یا دولت‌ها. به نظر سازه‌گرایان ساختارها و عوامل معنایی شامل نظام باورهای مشترک، اعتقادات و ارزش‌ها نیز پا به پای ساختارها و عوامل مادی تأثیر نیرومندی بر عمل سیاسی و اجتماعی دارند. از سوی دیگر، تغییرات عوامل معنایی و مادی متقابلاً بر ساختارهای مادی و معنایی اثر می‌گذارند و بدین ترتیب، نوعی تعامل و سازندگی متقابل بین ساختارهای مادی و معنایی وجود دارد. محیطی که دولت‌ها در آن عمل می‌کنند هم مادی است و هم اجتماعی و معنایی. هویت و منافع دولت‌ها به صورت اجتماعی ساخته شده‌اند و محصول ساختارهای اجتماعی بین‌الاذهانی هستند. ثانیاً، رفتار و منافع دولت‌ها که تابع هویت آن‌هاست، قابل تغییر و دگرگونی است. از آن‌جایی که هویت دولت‌ها در این دیدگاه ثابت و یکسان فرض نمی‌شود، امکان بروز رفتارهای متفاوت از دولت‌ها وجود دارد که این خود ناشی از تأثیرگذاری گفتمان فکری حاکم بر جامعه داخلی و ساختار فکری و هنجاری سیاستگذاران ملی و نوع رابطه دولت با جامعه داخلی و همچنین ماهیت چانه‌زنی‌های داخلی بین جامعه مدنی و دولت است. از طرفی، ساختارهای فکری و معنایی حاکم بر جامعه بین‌المللی نیز موجب جامعه‌پذیری دولت‌ها و همشکل شدن نسبی رفتار آن‌ها با همدیگر می‌شود. ساختارها و عوامل معنایی که در شکل ارزش‌ها و هنجارها نمود پیدا می‌کنند، بر رفتار دولت‌ها اثر می‌گذارند. ثالثاً، بین ساختار و کارگزار تأثیر متقابل وجود دارد. ساختارهای اجتماعی نسبتاً پایدار، از طریق تعامل و تقابل با کارگزاران شکل می‌گیرند و موجودیت می‌یابند و این خود در قالب زمینه‌ای صورت می‌گیرد که در آن هویت و منافع بازیگران تعریف می‌شود. بدین ترتیب، سازه‌گرایان در مقابل مارکسیست‌ها که اولویت را به ساختار می‌دهند و نوواقع‌گرایان که اولویت را به کارگزار می‌دهند، به سازندگی متقابل و تعامل ساختار و کارگزار تأکید می‌کنند.

نخستین گزاره مهم هستی‌شناسانه سازه‌انگاری این است که ساختارهای فکری و هنجاری نیز به اندازهٔ ساختارهای مادی (مورد توجه نوواقع‌گرایان) اهمیت دارند. زیرا نظام‌های بامعنی هستند که تعریف می‌کنند کنشگران چگونه باید محیط مادی خود را تفسیر کنند. دومین گزاره هویت‌ها هستند که به منافع و کنش‌ها شکل

می‌دهند. فهم این‌که منافع چگونه شکل می‌گیرند، کلید تبیین طیف وسیعی از پدیده‌های بین‌المللی تلقی می‌شود که درست درک نشده‌اند یا مورد غفلت قرار گرفته‌اند. بر اساس گزاره سوم، کارگزاران و ساختارها به هم متقابلاً شکل می‌دهند. (Price and Reus-Smit, 1998:266-67)

سازه‌گرایان در انتقاد به نظریه‌های انتقادی و پست‌مدرنیست‌ها، آن‌ها را متهم به نقد فرانظری افراطی و عدم ارائه راهکاری برای شناخت واقعیت بین‌المللی می‌کنند. از این رو، سازه‌گرایی برخلاف نظریه انتقادی و پست‌مدرن‌ها از دیدگاهی کاملاً برون‌گفتمانی و برون‌رشته‌ای به روابط بین‌الملل نگاه نمی‌کند، بلکه خود بیش‌تر حاصل مباحث و تحقیقات انجام‌گرفته در داخل رشته روابط بین‌الملل است. چنانچه از جهت توجه به نقش و تأثیر ارزش‌ها و هنجارها بر روی رفتار دولت‌ها به لیبرالیسم نزدیک می‌شود و از جهت اعتقاد به وجود نوعی جامعه بین‌المللی به مکتب انگلیس قرابت پیدا می‌کند. در مقابل، پست‌مدرنیست‌ها نیز سازه‌گرایان را به اثبات‌گرایی و بنیادگرایی متهم می‌کنند و رویکرد آن‌ها را توجیهی برای حفظ هژمونی یا ایجاد یک نوع هژمونی دیگر و به تبع آن اسارت و عدم رهایی انسانی در نظر می‌گیرند.

سازه‌انگاری مجموعه‌ای از نظریه‌های سازه‌انگاران متعارف، رادیکال، مدرن، نازک و پسامدرن است که در مورد برساختگی بودن واقعیت اجتماعی توافق، ولی در مورد اهمیت و نقش هویت، قواعد، نهادها، زبان و گفتمان اختلاف نظر دارند. «ویژگی‌های متمایز سازه‌گرایی از طریق زیر سؤال بردن دولت‌ها، منافع و هویت آن‌ها، توسعهٔ گسترهٔ عوامل ذهنی که بر نتایج بین‌المللی تأثیر می‌گذارند، نشان دادن قواعد منطقاً مقدم تکوینی در موازات قواعد تنظیمی و در نهایت، تلقی دگرگونی به مثابه یکی از ویژگی‌های معمولی سیاست بین‌المللی، شکل می‌گیرند.» (کلارک، ۷۵:۱۳۸۲) بنابراین، دلیل دگرگونی در دولت و نظام مبتنی بر دولت‌ها، همواره چرخش هویتی در دولت‌ها و تغییر نگرش نسبت به چیستی و چه بایستی و این‌که چه عملکردهایی باید داشته باشند، بوده است. بدین ترتیب، علاوه بر دگرگونی در شرایط مادی، دگرگونی در ساختارهای فکری و نگرشی نیز که به‌ویژه در قالب چانه‌زنی بین دولت و جامعه مدنی نمود پیدا می‌کند، بر دگرگونی در سطح جهانی تأثیر می‌گذارد؛ در مقابل، دگرگونی در شرایط مادی در هر دو بعد داخلی و بین‌المللی نیز بر ساختارهای فکری و معنایی تأثیرگذار هستند.

سیاست بین‌الملل از دید سازه‌انگاران به عنوان یک برساخته اجتماعی، قلمروی اجتماعی است که ویـژگی‌های آن در نـهایت از طـریق ارتـباطات و تـعامل مـیان واحدهای آن تعیین مـی‌شود. بـعلاوه، در عـلوم اجـتماعی هـمانند عـلم اقـتصاد، پارادایم‌های عامل (به عنوان مجموعه‌هایی از رویه‌های انسانی که اشخاص درگیر در آن‌ها یا ناظر بر آن‌ها، آن‌ها را واجد انسجامی می‌دانند که از سایر رویـه‌ها مـتمایز می‌سازد) تا حدی به واقعیات شکل می‌دهند و تا حدی نیز مستقل از آن‌ها عـمل می‌کنند. (هادیان، ۹۱۸:۱۳۸۲ ـ ۹۱۹)

دیدگاه سازه‌انگارانه به این امر مـی‌پردازد کـه چگـونه هـویت‌ها و هـنجارهای اجتماعی مردم می‌تواند با روابط نهادینه میان آن‌ها گسترش یابد. از آن‌جا که منافع از روابط اجتماعی برمی‌خیزد و نه به شکلی تحلیلی و ماقبل آن، لزوماً نسبت به نوع تعامل میان دولت‌ها و همکاری یا تعارض میان آن‌ها نه می‌توان خوشبین بود و نه بدبین (روابط دولت‌ها با هم بر اساس معنایی است که آن‌ها برای یکدیگر قائلند و نه توزیع قدرت). (Knutsen, 1997:281)

بدین ترتیب، می‌توان گفت الگوی تحلیلی سازه‌گرایان بر دگرگونی هویت دولت و ویژگی‌ها و کارکردهای اساسی آن در حوزه حاکمیت، امنیت، اقتصاد، هنجارها و دموکراسی، در واقع حوزه‌های متأثر از جـهانی‌شدن، از مـوضوعات مـورد تـوجه نظریه‌های روابط بین‌الملل است. این در حالی است که نـظریه‌های سـنتی اعـم از واقع‌گرایان و لیبرال‌ها که دو نماینده اصلی و اخیر آن‌ها نوواقع‌گرایی و نئولیبرالیسم بوده و به آن‌ها نوفایده‌گرایان نیز نام نهاده‌اند، هویت و منافع دولت‌هـا را ثـابت و تغییرناپذیر در نظر می‌گیرند و از این رو، فرایند جهانی‌شدن را به عنوان جریانی که علیه دولت عمل می‌کند و موجب پایان یا افول دولت می‌شود، می‌پندارند. ولی سازه‌گرایان با تأکید بر نقش دگرگونی دولت و نظام بین‌الملل و امکان شکل‌گیری اشکال جدید دولت و اجتماع در فرایند جهانی‌شدن، آن را به مثابه جـریانی عـلیه دولت‌ها در نظر نمی‌گیرند، بلکه به نقش فعال دولت‌ها در تغییر هویت خود و نظام بین‌الملل و سازندگی متقابل بین آن‌ها تأکید می‌کنند.

شاید پرداختن به موضوع جهانی‌شدن به نظر آید که ما را از موضوع اصلی روابط بین‌الملل دور می‌کند ولی باید به این نکته توجه کرد که «جهانی‌شدن گذشته از این‌که

ما را مجبور به تفحص در باره میزان تعامل اجتماعی حوزه داخلی و خارجی می‌کند، مسائلی را مطرح می‌کند که بسیار فراتر از این موضوع است.» (کلارک، ۵۰:۱۳۸۲)

در واقع، اگر حوزه‌های متأثر از جهانی‌شدن با نظریه‌های روابط بین‌الملل به طور کامل مورد بررسی قرار گیرد، در این صورت طیف موضوعاتی که باید مورد بررسی قرار گیرند، بسیار گسترده خواهند بود.

«هم خوشبینان و هم بدبینان در مجموعه‌ای از تصورات مبنایی غیر قابل دفاع در باره این‌که چه چیزی جهانی‌شدن را به حرکت درمی‌آورد و دولت‌ها چگونه به این فرایند ارتباط می‌یابند، با هم اشتراک دارند. خوشبینان و بدبینان گذشته از این‌که آثار جهانی‌شدن را سودمند یا زیانبار در نظر می‌گیرند، در این اعتقاد که جهانی‌شدن به صورت یک نیروی عملی موجب ساختاربندی مجدد رفتار دولت از بیرون می‌شود، با هم اتفاق نظر دارند.» (همان:۳۴۹)

بدین ترتیب، جهانی‌شدن به عنوان فرایندی بیرونی دولت‌ها را به چالش می‌کشد. تأکید ما بر نظریه سازه‌گرایی به این دلیل است که سازه‌گرایی ذات و ماهیت ثابت هویت دولت را زیر سؤال می‌برد و دگرگونی (مهم‌ترین ویژگی جهانی‌شدن) را به عنوان یک ویژگی عادی در سیاست بین‌الملل، مورد تأکید قرار می‌دهد. همچنین به طور جدی و دقیق، دولت و نظام بین‌الملل را در قالب رابطه‌ای مبتنی بر سازگاری متقابل کنار هم می‌آورد.

در رابطهٔ سازه‌گرایی با تحلیل جهانی‌شدن باید گفت «سازه‌گرایی در تحلیل جهانی‌شدن راهبری یکپارچه ایجاد می‌کند که نافی تضاد بین جهانی‌شدن به عنوان علتی خارجی و دگرگونی دولت به عنوان معلولی داخلی است.» (همان:۳۵۹) و این مفروض را می‌توان برای کم‌کردن شکاف بزرگ بین حوزه داخلی و خارجی و همچنین فائق آمدن بر دگرگونی مداوم در این حوزه‌ها تلقی کرد.

برای روشن شدن بیش‌تر به چارچوب تحلیلی این دیدگاه سازه‌گرایی که به دو گونه ملی و فراملی تقسیم می‌شود، اشاره می‌کنیم. سازه‌گرایی ملی ناظر بر جوامع داخلی و تعامل ساختار و کارگزار در قالب آن است. شکل‌گیری هویت در جوامع ملی، بر اثر تعامل میان ساختارهای بین‌الاذهانی و مادی با کارگزاران و رابطه متقابلاً سازنده بین آن‌ها صورت می‌گیرد. گفتمان‌های فکری غالب بر جامعه و نقش

ارزش‌ها و هنجارها و همچنین ماهیت چانه‌زنی میان دولت و جامعه مدنی در شکل‌گیری هویت و به تبع آن منافع و رفتارهای دولت مؤثر است. بر این اساس، بروز رفتارهای متفاوت با دولت‌ها در عرصه بین‌المللی، متأثر از تفاوت هویتی آن‌ها در داخل است و تشابه رفتارها و منافع نیز متأثر از تشابه هویت داخلی خواهد بود.

نهادهای بین‌المللی از نظر سازه‌انگاران اغلب تجسم معانی مشترک عِلّی و تجویزی هستند. آنچه منطق مشروع برای رفتار در چارچوب آن‌هاست، باید بر اساس این معانی توجیه شود. نهادهای بین‌المللی عرصه‌هایی هستند که هنجارها در درون آن‌ها به‌کار گرفته و تفسیر و متحول می‌شوند. همچنین نهادها می‌توانند به گسترش و انتشار هنجارها کمک کنند. فرهنگ سازمانی به بخشی از مجموعه ارزشی اعضا تبدیل می‌شود. مقامات سازمان‌های بین دولتی حکومت‌ها را به پذیرش اهداف و ارزش‌های جدید در حوزه‌هایی چون سازماندهی حکومتی، سیاستگذاری و گزینش استراتژی‌ها تشویق و به این ترتیب، آن‌ها را «جامعه‌پذیر» می‌کنند. (Lepgold and Nincic, 2001:151)

همچنین تحلیل سیاست خارجی از چشم‌انداز سازه‌انگاری، عبارت است از تجزیه و تحلیل فرایندهای چندلایه و پیچیده شامل اهدافی که حکومت‌ها در روابطشان با سایر حکومت‌ها دنبال می‌کنند، و همچنین انتخاب ابزار رسیدن به این اهداف. حوزه تحلیل سیاست خارجی نوعاً در پیوند با رفتارگرایی در روابط بین‌الملل همراه با نگرش علم‌گرایانه، کمّی‌گرایانه و سطح تحلیل خُرد بوده است و شاید تا حدی نیز در واکنش به نگاه کلان‌نگر رهیافت‌های سنتی به روابط بین‌المللی شکل گرفته است، هرچند که دیدگاه‌های غیر رفتارگرایانه به نوعی به تحلیل سیاست خارجی توجه داشته‌اند. نکته مهم آن است که تحلیلگران سیاست خارجی رفتارگرا آنچه را «جعبهٔ سیاه» تلقی می‌شد، گشودند و به بررسی عوامل مختلف تعیین‌کننده سیاست خارجی کشورها و فرایند تصمیم‌گیری پرداختند. اما نکته جالب توجه آن بود که تحلیلگران رفتارگرا، کمّی‌گرا و عینی‌گرا بودند که متوجه نقش و اهمیت عناصر ذهنی در سیاست خارجی شدند. (هادیان، ۹۲۹:۱۳۸۲)

بنابراین، سازه‌انگاری به واقع بیش از آنکه یک نگاه واحد به نظام بین‌الملل و سیاست خارجی باشد، منظری است که به ما می‌گوید در این عرصه «واقعیت» چگونه ساخته می‌شود و واقعیت ساخته‌شده چه خصوصیاتی دارد. سازه‌انگاران با

تأکیدی که بر نقش زبان، معانی، قواعد، هنجارها، نهادها، فرهنگ و هویت و... در برساخته‌شدن روابط بین‌الملل موجود دارند، در وجه تجویزی می‌توان گفت که سازه‌انگاری فی‌نفسه نظریه‌ای معطوف به شکل خاصی از راهبرد کلان سیاست خارجی مثلاً حفظ، اصلاح یا تغییر رادیکال وضع موجود نیست، بلکه به ما می‌گوید در جهانی که کنشگران بر اساس معانی بین‌الاذهانی و هنجارها و ارزش‌های مشترک خود عمل می‌کنند، چه راهبردهایی در سیاست خارجی می‌تواند چه هزینه یا امتیازاتی (با توجه به منافعی که خود کنشگران برساخته و مفروض گرفته‌اند) داشته باشد. (همان:۹۴۵)

سازه‌گرایی فراملی بر نقش ساختارها و عوامل مادی و معنایی بر هویت و رفتار بازیگران دولتی و سازندگی متقابل بین آن‌ها تأکید دارد. بر این اساس، مطابق با ساختارهای فکری و گفتمان‌های غالب بر اجتماع‌های بین‌المللی در هر دوره، دولت‌ها به جامعه‌پذیری روی می‌آورند و با دگرگون کردن هویت و نگرش خود، باعث دگرگونی ساختارهای فکری و گفتمانی می‌شوند.

سازه‌گرایی از لحاظ سطح تحلیل نیز به سه سطح واحدی، سیستمی و کل‌گرا یا فراگیر تقسیم می‌شود. سطح تحلیل واحدی منطبق بر جامعه ملی و سطح تحلیل سیستمی منطبق بر نظام بین‌الملل است و بدین ترتیب بدون در نظر گرفتن سطح تحلیل واحدی و همچنین سطح تحلیل سیستمی، سطح تحلیل کل‌گرایانه یا فراگیر را در چارچوب تحلیلی خود به‌کار برده و مطابق با آن سازه‌گرایی ملی و فراملی را در هم آمیخته و دگرگونی در عرصه جهانی به تبع تغییر هویت و رفتارها را به میدان واحدی از نیروهای سیاسی نسبت می‌دهد. بر این اساس، جهانی‌شدن در حوزه‌های مختلف همچون حاکمیت، امنیت، هنجارها، اقتصاد و دموکراسی، مبتنی بر سازندگی متقابل حوزه داخل و خارج روی می‌دهد و به همین علت باید شکاف یا تفکیک بین حوزه داخلی و خارجی یا ملی و بین‌المللی راکنار گذاشت و تغییرات جهانی را در سطحی واحد تبیین و تحلیل کرد.

از دید سازه‌انگاران، کنشگران نظام بین‌الملل در جهانی زندگی می‌کنند که به واقع حاصل فهمی بین‌الاذهانی و مشترک است. به عبارت دیگر، کنشگران در طول زمان و با رویه‌ها و اقدامات خود بر اساس فهمی که از واقعیت نظام، روابط حاکم بر آن، دوستی و دشمنی و... داشته‌اند، عمل کرده‌اند و حاصل آن وضع موجود است. پس این وضع نه طبیعی بوده است و نه اجتناب‌ناپذیر. در نتیجه، امکان دگرگون ساختن

آن نیز وجود دارد. اما همان‌گونه که شکل‌گیری آن محصول تعاملات، رویه‌ها، و فهم مشترک بوده است، تغییر آن نیز به همین‌گونه خواهد بود. پس اگر سیاست خارجی کشوری در جهت تغییر عمل می‌کند، باید در چارچوب فهمی بین‌الاذهانی به دنبال تغییر باشد و اگر بر اساس فهمی غیر مشترک با دیگران عمل کند، ممکن است باعث ایجاد یا تشدید کژفهمی، تخاصم و یا انزوای خود شود و به جای تغییر نظام، خود را در معرض فشار و حتی نابودی قرار دهد. پس از این منظر، اولاً، رویه‌های دولت‌ها و تعاملات میان آن‌ها در تعیین دوستی‌ها و دشمنی‌ها نقش دارد. زیرا برداشت‌ها از این تعاملات حاصل می‌شوند؛ ثانیاً، در این نظام آنچه مهم‌تر از جایگاه قدرت کشورها و تغییرات نسبی در آن است، برداشت از تهدید بودن یا نبودن کنشگر خاصی برای نظم و امنیت دیگران (همسایگان، قدرت‌های بزرگ و...) است؛ ثالثاً، تلاش برای ایجاد دگرگونی از طریق سیاست خارجی زمانی معنی دارد که با زبان قابل فهم برای دیگران و در چارچوب فهم بین‌الاذهانی موجود باشد. (همان:۹۳۹ ـ ۹۴۰)

نوتسن در جمع‌بندی آرای سازه‌انگاران این نکات را برمی‌شمارد:

۱. ساختارهای سیاست بین‌الملل برآیند تعاملات اجتماعی هستند. باید توجه داشت که در برداشت سازه‌انگارانه ونت، ساختارها معنایی کم و بیش ذهنی می‌یابند و در نتیجه، به عواملی چون قدرت در آن‌ها توجه نمی‌شود، اما نمی‌توان این را ویژگی ذاتی سازه‌انگاری دانست و، در عین حال، به ساختارهای معنایی و روابط قدرت شکل‌دهنده به معانی نیز می‌توان توجه کرد.

۲. دولت‌ها سوژه‌هایی ایستا نیستند، بلکه کارگزارانی پویا هستند.

۳. هویت‌های دولتی اموری مسلم و ثابت نیستند.

۴. هویت‌های دولتی از طریق رویه‌های پیچیده و متداخل (و اغلب متناقض) تاریخی (باز) قوام می‌یابند. در نتیجه، سیال، بی‌ثبات و به طور دائم در حال دگرگونی هستند.

۵. تمایز میان سیاست داخلی و بین‌المللی امری موقت و ناپایدار است، یعنی این فرض که سیاست داخلی غیر آنارشیک در مقابل سیاست بین‌المللی آنارشیک قرار می‌گیرد.

۶. تصمیم‌گیری کنشگران در سیاست بین‌المللی مبتنی بر این است که چگونه جهان به نظرشان می‌رسد و نقش خود را در آن چگونه تلقی می‌کنند. (همان:۹۲۸)

به طور کلی، نظریه سازه‌انگاری بر سه فرض اصلی استوار است: ۱. برساخته

بودن هویت و اهمیت آن به اندازه ساختارهای مادی، ۲. نقش هویت در شکل‌دهی و منافع و کنش‌ها، ۳. رابطه متقابل کارگزار و ساختار.

اساساً هویت دولت‌ها در کانون نظریه سازه‌انگاری قرار دارد. هویت، فرهنگ و هنجارها هم در سطح داخلی و با تعامل افراد و گروه‌ها در درون نهادها و گفتمان‌های داخلی شکل می‌گیرند، هم در سطح بین‌المللی و در تعامل با سایر دولت‌ها، تجربه‌های بین‌المللی، نهادهای بین‌المللی و...

از این منظر هویت عبارت است از فهم‌ها و انتظارات در مورد خود که خاص نقش است. از نگاه این نظریه، هویت دولت‌ها نه تنها ثابت و مسلم و از پیش فرض شده نیستند، بلکه امری تاریخی، حادث، متحول و در نتیجه، قابل دگرگونی است. این نظریه ما را یاری می‌کند که با تحلیل هویت دولت‌ها، امکان وجود اَشکال بدیل از دولت و همچنین تعدد هویت‌های دولت‌ها را در نظر بگیریم. برای نمونه، در چارچوب نظریه سازه‌انگاری، اگر با یک دولت به گونه‌ای رفتار شود که گویی دشمن یا «یاغی» است، یاد می‌گیرد که همان نقش را ایفا کند. هویت‌ها دائماً در حال تغییر و انطباقند و تحت تأثیر دیگران قرار می‌گیرند.

سازه‌انگاران بر شباهت روابط بین‌الملل به یک بازی تأکید دارند و بر آنند که همان گونه که در یک بازی قواعد هم به بازی قوام و موجودیت می‌بخشند و هم رفتار بازیکنان را تنظیم می‌کنند، روابط بین‌الملل نیز چنین نقشی دارند. اگر ما این فرض سازه‌انگارانه را قبول کنیم که نظام بین‌الملل با قواعد و قوانین و هنجارهایی که دارد یک «بازی» است، می‌بینیم که پاره‌ای از بازیکنان با قواعد و با هدف حفظ آن بازی می‌کنند و در چارچوب آن‌ها موقعیت خود را حفظ می‌کنند (واقع‌گرایی و سیاست حفظ وضع موجود)، برخی از بازیکنان با قواعد بازی می‌کنند و می‌کوشند با تعامل با دیگران به قواعد جدید شکل دهند (سیاست تغییر اصلاحی وضع موجود)، برخی نیز علیه قواعد بازی می‌کنند و بازی را تغییر می‌دهند (سیاست تغییر رادیکال وضع موجود). (همان:۹۴۵)

توسعه فرهنگی در عصر جهانی شدن

توسعه

توسعه در لغت به معنای رشد تدریجی در جهت پیشرفته‌شدن، قدرتمندترشدن و حتی بزرگ‌ترشدن است (فرهنگ لغات آکسفورد، ۲۰۰۱). شیخ‌زاده معنی لغوی

توسعه را گسترش، تکامل، پیشرفت و ظاهر کردن ویژگی‌های پنهان می‌داند. (شیخ‌زاده، ۱۱:۱۳۸۵)

امروزه بحث توسعه یکی از مباحث اصلی جامعه جهانی پس از جنگ دوم جهانی است. از ابعاد توسعه، معمولاً توسعه سیاسی، توسعه اقتصادی و توسعه فرهنگی بیش‌تر مد نظر قرار می‌گیرد و ارجحیت یک بُعد بر دیگری عقب‌ماندگی جهان سوم را دربرداشته است. در این میان ایران با توجه به غنای فرهنگی از توسعه فرهنگی بی‌نصیب نیست، لذا به نظر می‌رسد کشورها با ارزش‌های فرهنگی که نگاه به سیستم‌های جهانی داشته و خود را تافته جدا بافته از جهان ندانند و پیشرفت ملت‌هایشان را افقی از پیشرفت ملت‌های دیگر بدانند، خواهند توانست توسعه پایدار و موفقیت و رفاه برای ملتشان به ارمغان آورند. (هریسون و دیگران، ۱۴:۱۳۸۳)

پس از گذشت چندین دهه بحث و پژوهش در زمینه امر «توسعه»، اکثر اندیشمندان و صاحب‌نظران بر این باور متفق‌القولند که نقطه آغازین حرکت توسعه، فرهنگ است. مدت‌های مدیدی، در بسیاری از کشورها به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه، نقش و اهمیت مقوله فرهنگ به عنوان بستر و زیرساخت اصلی، از نظرها مخفی بود و یا چندان شفاف نبود و مورد توجه اساسی قرار نداشت. اما امروزه با پیچیده‌تر شدن شرایط و عدم توفیق بسیاری از کشورها، سیاستگذاران به بازبینی و مطالعه مسائل و تنگناهای موجود پرداختند و دریافتند که مطالعه توسعه بدون توجه به بافت انسانی و فرهنگی چیزی جز دستیابی به رشد بدون روح نیست. حال آن‌که، توسعه اقتصادی شکوفا و متعادل، بخشی از فرهنگ هر ملت است. آن‌ها برای فرهنگ جایگاهی بیش از یک نقش مکمل در توسعه قائل بودند و اذعان داشتند که به فرهنگ نباید به عنوان ابزاری صرف در راه تحقق اهداف اقتصادی و سیاسی نگریست، بلکه باید آن را هدف غایی توسعه شمرد. آنان همچنین به این واقعیت پی بردند که صرفاً شاخص‌های مادی رشد به هیچ روی امکان ارزیابی درجه آسایش و شکوفایی انسان‌ها را فراهم نمی‌سازد. (احمدی علی‌آبادی ۵۳:۱۳۸۲ ـ ۵۴)

در شناخت دیدگاه و تفکر توسعه، دکتر عظیمی نظر قابل توجهی دارد و می‌گوید: منظور از توسعه رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال، رفع فقر و محرومیت، توزیع عادلانه‌تر درآمد یا حتی ایجاد جامعه مدنی و گسترش آزادی‌های فردی و اجتماعی نیست، بلکه فرایند توسعه عبارت است از: بازسازی تمامی نهادهای یک

جامعه بر اساس یک اندیشه و شناخت محوری جدید. (عظیمی، ۹۲:۱۳۸۳) در هر صورت، اگر فرهنگ جدای از توسعه در نظر گرفته شود، مشکلات عدیده‌ای خواهد داشت و در ضمن انسان ضامن توسعه و در عین حال غایت آن است، در نتیجه هم نیروی محرکه و هم هدف غایی آن به شمار می‌رود. (دوپویی، ۳۶:۱۳۷۴)

ویژگی‌های توسعه عبارتند از:

۱. توسعه باید همه‌جانبه باشد، یعنی نظام برنامه‌ریزی و نظام مدیریتی کشور در عین حال که به توسعه اقتصادی می‌پردازد، توسعه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را نیز در تعامل با آن ببیند.

۲. توسعه باید موزون و متوازن باشد، یعنی باید منابع ملی را با نسبتی مشخص صرف امور اقتصادي، سیاسی و فرهنگی کنیم و این توازن در بخش‌های مختلف توسعه در عمل با ساز و کارهای مدیریتی رعایت شود.

۳. توسعه باید درون‌زا باشد، به این معنی که ضمن استفاده از منابع بیرونی، باید امکانات ملی آن‌چنان به‌کار گرفته شود که مثلاً استقلال به خطر نیفتد و رشدی مناسب و مبتنی بر توانمندی‌ها شکل گیرد.

۴. توسعه هماهنگ با هاضمه اجتماعی مردم باشد، یعنی سرعت توسعه در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فنی را به گونه‌ای تنظیم کنیم که موجب عقب‌ماندگی مردم نشود؛ به این معنی که با داشتن رشد بالای اقتصادی، بخشی از مردم به حاشیه‌نشینی پناه نبرند و فقر گسترش نیابد. (محمد باقریان، ۲۰ ـ ۲۱)

دو شکل ترکیب واژه‌های فرهنگ و توسعه

الف) فرهنگ توسعه: مراد، زمینهٔ فرهنگی است که فرایند توسعه بتواند در آن طی شود و به طور تلویحی متضمن این نکته است که شکل توسعه‌یافتگی تا حد زیادی تابع فرهنگ است و فرهنگ ممکن است مانع و بازدارنده یا مشوق رشد و توسعه اقتصادی باشد، یا این‌که باورها، ارزش‌ها و ایستارها و قابلیت‌های ذهنی و عملی هر جامعه مشروط‌کننده نوع و شکل توسعه اقتصادی است.

ب) توسعهٔ فرهنگی: ارتقا و اعتلای زندگی فرهنگی در جامعه است. اصطلاحنامه بین‌المللی توسعهٔ فرهنگی را به عنوان فرایند توسعه یا پیشرفت زندگی فرهنگی جامعه می‌داند که هدف از آن دستیابی به ارزش‌های فرهنگی است.

توسعهٔ فرهنگی

تعاریف بسیاری از توسعهٔ فرهنگی مطرح شده است. برخی توسعهٔ فرهنگی را چنین تعریف کرده‌اند: توسعه و پیشرفت زندگی فرهنگی یک جامعه با هدف تحقق ارزش‌های فرهنگی به صورتی که با وضعیت کلی توسعهٔ اقتصادی و اجتماعی هماهنگ شده باشد. در تعریفی دیگر توسعهٔ فرهنگی را به معنای ارتقا و اعتلای زندگی فرهنگی جامعه و دستیابی به ارزش‌های متعالی فرهنگی بیان کرده‌اند.

توسعه و تلاش برای دستیابی به آن در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، مهم‌ترین مسئله و دلمشغولی مردم، مسئولان و صاحب‌نظران، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه است. توسعهٔ فرهنگی یکی از ابعاد مهم توسعه است و توسعه در سایر ابعاد وابسته به آن است. با توجه به ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی، توسعهٔ فرهنگی پس از پیروزی انقلاب اسلامی مورد تأکید بوده و به همین دلیل سازمان‌ها، تشکیلات و نهادهای مختلفی در خصوص آن در کشور شکل گرفته است. توسعهٔ فرهنگی و تحقق اهداف، سیاست‌ها و خط مشی‌های کلان فرهنگی کشور، مستلزم ارزیابی و سنجش فعالیت‌های فرهنگی از یک طرف و عملکرد سازمان‌ها و نهادهای مسئول از طرف دیگر است. همچنین این مهم از طریق یکپارچه سازی، هماهنگی و هدایت اقدامات، فعالیت‌ها و برنامه‌های کلیه نهادها و مراکز دست‌اندرکار اعم از دولتی، عمومی و خصوصی در راستای اهداف و سیاست‌های فرهنگی کشور میسر خواهد شد. سنجش و اندازه‌گیری تغییرات و تحولات فرهنگی و میزان موفقیت در فرایند توسعه فرهنگی، مستلزم ارزیابی مداوم اهداف، سیاست‌ها و خط مشی‌ها، اقدامات و برنامه‌های اجرایی است. (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

ضرورت‌های نیل به توسعهٔ فرهنگی

توسعه و رابطه آن با فرهنگ از جمله مسائل دو دههٔ اخیر است که توجه جهانی را به خود جلب کرده است. این توجه معلول علل مختلفی است؛ از جمله می‌توان به ناکامی جهان سوم در دستیابی به توسعه جامع و پایدار، برملا شدن بُعد استعماری الگوی غربی توسعه (نظریه نوسازی)، بحران‌های اجتماعی و سیاسی ناشی از

نادیده گرفتن ابعاد فرهنگی توسعه در کشورهای جهان سوم و مشکلات فرهنگی پیامدهای برنامه‌های توسعه اشاره کرد (دارابی، ۸۵:۱۳۸۲)

فرهنگ توسعه و توسعهٔ فرهنگی

مفهوم فرهنگ توسعه ناظر است به شکل اقتصادی توسعهٔ اقتصادی ـ اجتماعی جوامع و توسعهٔ فرهنگی یعنی فراهم آوردن شرایط و امکاناتی برای آحاد افراد جامعه تا به شاخص‌های رشد فرهنگی جامه عمل بپوشانند، به‌عبارتی «توسعهٔ فرهنگی تمامی مردمان را هدف می‌گیرد نه فقط نخبگان را، هدف توسعهٔ فرهنگی فراهم آوردن اسباب دسترسی توده‌های مردم به فرهنگ و مشارکت آنان در زندگی فرهنگی است.» (پهلوان، ۱۳۰:۱۳۷۸ ـ ۱۳۱)

در مقولهٔ فرهنگ توسعه، فرهنگ هدف نیست؛ آنچه هدف و غایت برنامه و فعالیت است، توسعه و مشخصه‌های توسعه یعنی تولید، بهره‌وری، بالا رفتن درآمد سرانه و رشد اقتصادی جامعه است. اما در رویکرد توسعهٔ فرهنگی توسعهٔ انسانی و داشتن انسان‌های پویا، سرزنده، آگاه، درست‌کردار، ارزش‌گرا و... اهداف اصلی توسعه هستند.

اهداف توسعهٔ فرهنگی

توسعهٔ فرهنگی به معنای اخص، مانند فرایند توسعهٔ اقتصادی دارای تعریف و محتوی و هدف‌های مشخصی است. توسعهٔ فرهنگی برای آنکه به تحقق برسد، باید به قالب‌های سیاست فرهنگی درآید و به دنبال یک رشته اولویت‌ها، اصول برنامه‌ریزی را بپذیرد و به‌کار بندد.

دمکراتیک کردن فرهنگ، نخستین مفهوم توسعهٔ فرهنگی است. چنین توسعه‌ای در واقع بر پایه شناسایی این نکته قرار دارد که حق شرکت در زندگی فرهنگی یکی از حقوق اساسی انسان است، و تنها هدف این توسعه پیشبرد و مؤثر ساختن این حق در شرایط گوناگون است.

«توسعهٔ فرهنگی برای افراد و جوامع با توجه به شتاب و دگرگونی در زمینه‌های ارتباطات، تکنولوژی، اقتصادی و غیره نه تنها امر لازم است، بلکه با ضروری‌ترین و حیاتی‌ترین بخش زندگی بشر یعنی با هویت مرتبط است. هویتی که به زندگی افراد

و جوامع حیات می‌بخشد و به آن معنی می‌دهد و این نیاز بدون توجه به فرهنگ امکان‌پذیر نیست. فرهنگ یعنی آنچه به انسان حیثیت می‌بخشد و در نهایت به او صفت انسان بودن می‌دهد.» (ژیرار، ۳:۱۳۷۲)

«دموکراتیزه کردن فرهنگ، بیش‌تر از طریق ابزار الکترونیک (به‌خصوص وسایل سمعی و بصری) تحقق می‌یابد تا نهادهای سنتی فرهنگی. با گسترش چشمگیر رسانه‌های جمعی سخن گفتن از فرهنگ دارا و ندار ممکن نیست.» (همان:۳۷)

در واقع، می‌توان گفت در صورت به‌کارگیری صحیح، این وسایل ارتباطی ممکن است به آگاهی و توسعه تفکر و دانش مردم جهان کمک کنند که در واقع اهرم و ابزاری برای توسعه فرهنگی محسوب می‌شود. هدف از دموکراتیزه کردن فرهنگ، فراهم آوردن موجبات دستیابی عامهٔ مردم به فرهنگ است.

«عدم کارایی نظام آموزشی و این اعتقاد که مردم فطرتاً قدرت درک حقایق و زیبایی‌ها را دارند، مشروط بر این‌که امکان دستیابی آنان به فرهنگ و تربیت عالی آسان‌تر شود، منجر به پیدایش نظریه 'دموکراتیزه کردن فرهنگ' گردید.» (همان:۶۷)

«توسعهٔ فرهنگی به تعبیر ما تنها با توسعهٔ اقتصادی مرتبط نیست، بلکه شرط اصلی محسوب می‌شود که بدون آن جامعه نمی‌تواند خود را با پیشرفت مبهوت‌کننده تکنولوژی سازگار کند. برای آن‌که مردم بتوانند دنیای جدید را درک کنند و به آن شکل دهند، قدرت بیان احساس‌های خود را داشته باشند و با استفاده از زبان عصر خود با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، لازم است تا آموزش مستمر وجود داشته باشد و این شرط اصلی توسعه است. افراد قبل از این‌که بتوانند خود را با تغییرات ضروری در شغلشان وفق دهند، باید بتوانند خود را با تغییر هماهنگ سازند و این توانایی به دست نخواهد آمد مگر از طریق مجموعه‌ای از فرایندها، از طریق اطلاعات، قبول مسئولیت، آموزش شغلی، فراگرفتن شیوه بیان خود که در ترکیب با یکدیگر، توسعهٔ فرهنگی را می‌سازند. مقاومت در مقابل تغییر، حتی بیش از نبود ابزار و وسایل، مختل‌کنندهٔ توسعه است. مقاومت در مقابل تغییر ناشی از ایستارهای کهنه اکثریت مردم است؛ بنابراین، رشد فرهنگی مردم، تنها راه پیشرفت است. امروزه، مهم‌تر از موانع صرفاً اقتصادی، این نادانی مردم به کارکردهای جامعه است که برنامه‌ریزی و سامان‌دهی زمان و مکان را با مشکل مواجه ساخته است.» (همان: ۲۴۸)

«مشکل حکومت‌ها منطبق کردن انسان با جهان نیست، بلکه منطبق کردن جهان با انسان است. فکر برتری انسان بر اشیای بی‌جان، برتری ذهن بر عین، برتری فرد بر پول، یک شعار ایدئولوژیک نیست، بلکه نتیجه ضروری تکامل جامعه است. بنابراین، نتیجه توسعهٔ فرهنگی، تا آن‌جاکه نتیجه توسعهٔ انسانی است، ابزار و هدف توسعهٔ اقتصادی محسوب می‌شود.» (همان:۲۴۹)

از آن‌جاکه فرهنگ مقوله‌ای است مرکب از عناصر مختلف، طبعاً ثبات و تغییر و چگونگی آن به نوع تحولات وارد بر عناصر فرهنگی برمی‌گردد و با توجه به تقسیم عناصر فرهنگ به ثابت و متغیر و دگرگونی عناصر متغیر، که باعث تغییر فرهنگ می‌شود، به نوع شناخت‌ها و ارزش‌هایی برمی‌گردد که به واسطهٔ آن‌ها اصول و عناصر ثابت را تفسیر یا تأویل می‌کنند. این دگرگونی برای پذیرش و جذب ارزش‌ها، هنجارها، نهادها و تأسیسات جدید، یک ضرورت است که در فرایند توسعه فرهنگی جامعه اجتناب‌ناپذیر است.

«پویایی رفتاری و خواستی انسان‌ها متناسب با مقتضیات زمان همراه با ثبات در اصول و محتوای فرهنگی، از عوامل رشد و توسعه فرهنگی و اجتماعی هر جامعه است... هدف اصلی کشورهای سرمایه‌دار غربی در توسعه و تبادل فرهنگی، گسترش مصرف کالاهای تولیدی آن‌هاست و برای دستیابی به آن از طرق مختلف وارد می‌شوند، مانند تأسیس مؤسسات آموزشی، اشاعه برنامه‌های تلویزیونی و...» (بابایی، ۷۱:۱۳۸۴)

«در توسعهٔ فرهنگی، حفظ حاملان و صنایع فرهنگی مانند کتاب، معماری، فیلم، عکاسی، مطبوعات، برنامه‌های سمعی و بصری، موسیقی و... در ابعاد منطقه‌ای و ملی برای حفظ هویت جمعی ضرورت دارد. صنایع فرهنگی مطمئن‌ترین ضامن توسعه فرهنگی مستقل است، چراکه هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و قوه خلاقیت و آگاهی مردم را نسبت به میراث فرهنگی افزایش می‌دهد. توسعه محمل‌ها و صنایع فرهنگی از یک جهت در توسعه اقتصادی نیز مؤثر است، ولی باید توجه داشت که رشد آن‌ها نباید منجر به تخریب هویت فرهنگی و از بین رفتن ارزش‌های نهفته در آن‌ها شود.» (همان:۱۰۱ ـ ۱۰۲) به عنوان مثال، حضور جهانگردان در کشورهای مختلف نباید باعث خدشه‌دار شدن میراث اخلاقی و معنوی ملت‌ها شود.

«کشورهای در حال توسعه، توسعه فرهنگی را یکی از عوامل اصلی توسعه

اقتصادی می‌شمارند و برای نیل به این منظور، اختصاص منابع مالی برای امور فرهنگی را لازم می‌دانند، کوشش می‌شود امکانات سنتی فرهنگی از قبیل کتابخانه، موزه، گالری نقاشی و سالن‌های سخنرانی توسعه یابد و تأسیساتی همچون خانه‌های فرهنگ ایجاد و روش‌های نوین در زمینه فرهنگ اشاعه شود.» (سیری در مؤلفه‌های فرهنگی جهان، ۵۲:۱۳۷۲)

روش مطالعه اثرات فعالیت‌های فرهنگی

این روش، توسعه فرهنگی را از دیدگاه اقتصاد کلان بررسی می‌کند و مبتنی بر ضریب فزایندگی است. در این روش سعی بر آن است تا تأثیر مستقیم، غیر مستقیم و در برخی موارد تأثیر القایی یعنی سهم ملموس فعالیت‌های فرهنگی در اقتصاد مشخص شود. روش مطالعه اثرات را تا حدودی می‌توان یک روش شبه‌تحلیل هزینه و فایده تلقی کرد که در آن به فایده‌ها توجه می‌شود. در این روش به ارزیابی تأثیر یک یا چند فعالیت فرهنگی موجود در یک حوزه جغرافیایی پرداخته می‌شود. دو دسته اثرات شامل اثرات نوع اول (اثرات مستقیم، غیر مستقیم و اثرات القایی) و اثرات نوع دوم در این روش ارزیابی می‌شود. برخلاف اثرات نوع اول که بیش‌تر ماهیت اقتصادی دارد، اثرات نوع دوم دامنه گسترده‌ای دارد و شامل کلیه اثرات یک طرح فرهنگی در جامعه است. این روش به رغم داشتن محاسن زیاد، به دلیل هزینه زیاد اجرای آن، ناتوانی در ارزیابی کیفی و تأکید زیاد بر ضریب فزایندگی دارای معایبی است. (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی)

توسعهٔ فرهنگی و تقویت هویت ملی

«یکی از کارکردهای توسعه فرهنگی، تقویت هویت ملی است. هویت ملی باید مبتنی بر سرشت جامعه و افراد آن باشد؛ جامعه‌ای که به دو گروه متمایز تقسیم شده است، هویت ملی در آن محقق نمی‌شود.» (صالحی امیری، ۷۷:۱۳۸۶)

تبادل فرهنگ‌ها نقش مهمی در توسعه فرهنگی که عامل تعیین‌کننده هویت ملی است، دارد. فرهنگ موجود زنده‌ای است که ممکن است عناصر خارجی را در خود جذب کند و از این راه غنی شود، بی‌آن‌که در ارکان آن سستی پدید آید. در واقع اخذ عناصر فرهنگی خارجی در یک فرهنگ ملی نتیجه گزینشی است که برحسب نیازها و سنت‌های کشور مفروض انجام می‌پذیرد.

اهمیت و ضرورت توسعهٔ فرهنگی

اهمیت توسعه فرهنگی، به‌ویژه در حال حاضر، تا بدان پایه است که سازمان جهانی یونسکو دهه ۱۹۸۸-۱۹۹۷ را دهه توسعه فرهنگی نامید. «دهه جهانی توسعه فرهنگی (۱۹۸۸-۱۹۹۷) به اهمیت بنیادی نقش فرهنگ در حیات بشریت و جوامع و ارتباط متقابل فرهنگ و توسعه پرداخت. برای نمونه، اقدامات این دهه در برنامه اصلی سوم از برنامه‌های میان‌مدت یونسکو با چهار هدف اصلی شناسایی دامنه فرهنگی توسعه، تأیید و تقویت هویت فرهنگی، گسترش مشارکت در فرهنگ و اعتلای همکاری بین‌المللی طراحی شده است.» (مسعودیان، ۵۲:۱۳۷۲)

بدیهی است دستیابی به توسعه فرهنگی در عرصه وسیع فرهنگی از نگاه یونسکو، جز در سایه پژوهش حاصل نمی‌شود. بنابراین، می‌توان گفت تحقیق و توسعه علمی لازم و ملزوم یکدیگرند. بر این اساس، چنانچه پژوهش و نوآوری را رکن تحول، توسعه و اعتلای فرهنگ یک جامعه بدانیم بدیهی است بایستی درخور آن سرمایه‌گذاری صورت گیرد. این سرمایه‌گذاری به دو صورت امکانپذیر است:

۱. فراهم کردن امکانات و ابزارهای تحقیق و پژوهش نظیر آزمایشگاه، کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی.

۲. ترغیب و تشویق آحاد جامعه به‌ویژه نخبگان و اندیشمندان به مطالعه و تحقیق و ایجاد شرایط مناسب برای آنان.

توجه به اهمیت و ضرورت پژوهش و نقش کلیدی آن در رشد و توسعه جوامع، گسترش و تقویت نهادهای علمی و پژوهشی و اهتمام در جهت ارتقا و اشاعه فرهنگ، پژوهش و جایگاه تحقیقات در کشور برای سرعت بخشیدن به روند و فرایند توسعه یکی از لوازم و ضرورت‌های بنیادین جامعه است. اهمیت این امر در نهادهای فرهنگی مضاعف می‌شود، زیرا هیچ‌گونه بهسازی یا تغییرات مفید در کیفیت برنامه‌ها و عملکردهای فرهنگی بدون ابزار تحقیق امکانپذیر نیست.

«در کشورهایی که توازن رفتار میان حکومت و قومیت‌ها وجود دارد نه فقط شاهد انسجام وحدت ملی هستیم، بلکه توسعه همه‌جانبه و پایدار کشورها بر اثر استفاده از همه ظرفیت‌های جامعه را می‌توان پیش‌بینی کرد.» (صالحی امیری، ۸:۱۳۸۵)

نکته قابل توجه و مورد نظر در این مطلب توازن رفتاری است. به جرئت می‌توان گفت که ایجاد چنین بستری به برداشت، اندیشه و نگرش افراد بستگی دارد، همه این

موارد از عناصر فرهنگی محسوب می‌شوند و این‌جا اهمیت توسعه فرهنگی آشکار می‌شود.

«از آن‌جا که توسعه موزون و همه‌جانبه و مبتنی بر عدالت قادر است بسیاری از معضلات کنونی را رفع کند، بنابراین، می‌بایست توسعه بر مبنای الگوی بومی در همه ابعاد پیگیری و محقق شود.» (بابایی، ۴۱۴:۱۳۸۴)

«فرهنگ تنها یک عامل اقتصادی کمابیش حاشیه‌ای نیست، بلکه برای فعالیت‌های اقتصادی و محیط اجتماعی عامل تعیین‌کننده به شمار می‌رود. بُعد فرهنگی از اقتصاد جدایی‌ناپذیر است و نمی‌تواند به سطح یک زائده کیفی تنزل یابد، بلکه باید برنامه‌های توسعه را تغذیه کند. عدم توجه به بُعد فرهنگی توسعه، برنامه‌های اقتصادی را نیز به شکست می‌کشاند. بدون توجه به ملاحظات فرهنگی، طرح توسعه امری توهمی خواهد بود. در مقابل، ترویج توسعه فرهنگی بهترین وسیله برای تحقق توسعه اقتصادی و ضامن توزیع و تبادل عادلانه کالاهای مادی و معنوی در جامعه بشری است.» (دوپویی، ۴۲:۱۳۷۴)

سیاست خارجی دولت‌ها تحت تأثیر ارزش‌های اجتماعی و عادت‌های مردم، سامانه اقتصادی، توجه به گذشته تاریخی و بسیاری عوامل دیگر شکل می‌گیرند. از سوی دیگر، توده‌های انسان‌ها را عوامل بالا شکل می‌دهد که خود تحت تأثیر توسعه فرهنگی است.

ابزارهای توسعهٔ فرهنگی

ابزارهای توسعهٔ فرهنگی متعددند، از جمله به این موارد می‌توان اشاره کرد:

ـ سیاستگذاری فرهنگی، که بایدها و نبایدها را برای هدایت و نظارت بیان می‌کند؛

ـ برنامه‌ریزی فرهنگی، یعنی بیان علمی نیازها و تعیین اقدامات برای رفع آن‌ها؛

ـ آموزش فرهنگی، یعنی آموختن قواعد فرهنگی به مدیران و مهارت‌های فرهنگی به شهروندان؛

ـ پژوهش فرهنگی، به معنای تولید مفاهیم و اصطلاحات جدید، اطلاع‌رسانی فرهنگی به مدیران و شهروندان؛

ـ اقتصاد فرهنگی؛

ـ سرمایه‌گذاری و تأمین بودجه‌های فرهنگی؛
ـ حقوق فرهنگی؛
ـ مقررات تثبیت اوضاع فرهنگی.

البته باید توجه کرد «ابزارهایی که برای تحقق اهداف توسعه فرهنگی در نظر گرفته می‌شود طبعاً می‌بایست از سوی مدیریت‌های فرهنگی در سطح بین‌المللی، ملی و محلی به‌کار گرفته شود تا اهداف مورد نظر که عبارتند از: سیاستگذاری فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، آموزش فرهنگی، پژوهش فرهنگی، اطلاع‌رسانی و اقتصاد و حقوق فرهنگی، عینیت یابد.» (اجلالی، ۴۷:۱۳۷۹)

بدیهی است اصلی‌ترین و مهم‌ترین ابزار برای نیل به توسعه فرهنگی پژوهش است، زیرا تحول و پویایی یک جامعه مرهون توسعه و اعتلای فرهنگ آن جامعه است و توسعه و اعتلای فرهنگ نیز درگرو پژوهش، خلاقیت، ابتکار و نوآوری افراد آن جامعه به‌ویژه نخبگان و اندیشمندان آن است.

برای انجام پژوهش‌های کارآمد و مؤثر به عنوان ابزاری برای رسیدن به توسعه فرهنگی کشور توجه به نکاتی چند حائز اهمیت است:

۱. توجه به امر پژوهش و یافته‌های آن باید در سرتاسر سازمان‌ها و نهادهای متولی امور فرهنگی از بالا تا پایین نهادینه، و به امر پژوهش به عنوان «سرمایه» و نه «هزینه» نگاه شود.

۲. برنامه‌ریزی‌ها و سیاستگذاری‌ها برای توسعه فرهنگی باید بر پایه نتایج پژوهش انجام شده تدوین شود.

۳. پژوهش‌ها بر اساس پاسخ به نیازهای فرهنگی جامعه نسل جوان انجام پذیرد.

۴. بودجه مناسب و لازم به امر پژوهش در بخش فرهنگ اختصاص یابد.

۵. بودجه‌های تخصیص‌یافته به امر پژوهش بر اساس اولویت‌های فرهنگی تعیین شده، به نحو مؤثر و کارآمد هزینه شود.

۶. پژوهش‌ها در سه سطح خرد، کلان و توسعه انجام پذیرد.

۷. علمی بودن پژوهش‌ها مد نظر قرارگیرد.

۸. ارتباط تنگاتنگی بین دانشگاه‌ها و مراکز علمی کشور با سازمان‌ها و نهادهای متولی امور فرهنگی برقرار شود.

۹. سیستم جامع و به روز اطلاع‌رسانی و آماری در عرصه فرهنگی تهیه شود.

۱۰. توجه به امور معیشتی و رفاهی پژوهشگران مد نظر قرار گیرد.

۱۱. همکاری‌های علمی و فرهنگی مراکز پژوهشی فرهنگی کشور با مؤسسات و مراکز علمی، آموزشی سایر کشورها توسعه یابد. (ناصری، ۱۳۸۱: ۳۲ ـ ۳۳)

«امروزه شاخص‌های عمده توسعه فرهنگی با ارزیابی آموزش و پرورش، آموزش عالی، مطالعه، سوادآموزی و به عبارت دیگر، مصرف کالاهای فرهنگی از یک سو و ابزار ارتباطات از قبیل مبادلات پستی، تلفن در اشکال مختلف آن و برخورداری از تکنولوژی رایانه‌ای در ارتباطات به‌ویژه ارتباطات شبکه‌ای و نیز برخورداری از وسایل ارتباط رجوعی مثل رادیو، تلویزیون و مطبوعات و مراکز فرهنگ به‌ویژه مراکز فرهنگی تاریخی، تحول در خانواده و استقلال آن در قالب خانواده‌های هسته‌ای ـ که خود نشان از تحول در سنت‌هاست ـ مشخص می‌شود.» (فردرو و دیگران، ۱۳۸۰، ج ۱: ۲۲)

مشکلات و موانع توسعهٔ فرهنگی

در توسعه فرهنگی محدودیت‌ها و مشکلاتی وجود دارد که شاید اختلاف در تعریف و ماهیت مقوله فرهنگ و اصول در سیاست فرهنگی، تعدد و تکثر سازمان‌های متولی امور فرهنگی به طور مستقیم و غیر مستقیم و اختلاف در ماهیت شاخص‌های فرهنگی مهم‌ترین این موانع محسوب شوند.

محدود بودن مقیاس و نادر بودن محققان آشنا با مسائل توسعه فرهنگی و مهم‌تر از همه، کافی نبودن تنوع شرایط فرهنگی و سنت‌های علمی استفاده از ابزارهای تحلیل، مطالعه توسعه فرهنگی در سطح ملی یا محلی را محدود می‌کند. ولی اگر به این کار در سطح بین‌المللی با یک نگرش و روش علمی که همه نمونه‌ها به وفور در آن یافت می‌شود، نگاه شود و اطلاعات لازم کسب و بررسی و مطالعه بر اساس روش‌های استاندارد، ارائه راهکار و تصمیم‌گیری انجام شود، مطمئناً راهکار و نتایج علمی شایان توجهی به دست خواهد آمد.

مشکلات برنامه‌های توسعه فرهنگی را در یک دیدگاه می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱. نگرش سنتی مسئولان بعضی از کشورها به بخش فرهنگ و حاشیه‌ای دانستن آن

۲. کمبود منابع مالی و اختصاص بودجه ناکافی به بخش فرهنگ

۳. کمبود نیروی انسانی متخصص در بخش فرهنگ (مولینیر، ۱۳۷۲: ۷)

مدیران و مروجان فرهنگی در توسعه فرهنگ به عنوان زوجی جداناپذیر و حتی دوقلوهای همشکل دخالت دارند.

نقش مقامات دولتی در توسعهٔ فرهنگی

«نقش دولت، آفرینش فرهنگ نیست، بلکه کمک به تولید آن است، کمک به شرکت دادن آن در آثار زنده‌ای است که توسط آن پایدار و غنی می‌شود و وارد کردن آن در آثار تثبیت‌شده‌ای است که میراث مشترک ما را تشکیل می‌دهد.» (ژیرار، ۲۲۴:۱۳۷۲)

توسعهٔ فرهنگی و یونسکو

یونسکو به عنوان یک سازمان بین‌المللی برای نیل به این خواسته، مؤلفه‌هایی را در نظر گرفته است. این مؤلفه‌ها در مقوله‌های آموزش، علوم، فرهنگ، علوم انسانی و اجتماعی مطرح می‌شود و با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند. اکنون فرصت‌های فراوانی وجود دارد تا از این سازمان به منظور حرکت به سوی برنامه‌ریزی و توسعه فرهنگی گام برداشت. گزارش‌های یونسکو نشان می‌دهد با توجه به اهداف راهبردی ۲۰۰۲-۲۰۰۷ در صورت استفاده بهینه کشورها این مسئله امکانپذیر است. یونسکو افق فکری جدیدی را برای پیشرفت و مبادله علم، بالا بردن خلاقیت‌ها و گفتگوی بین فرهنگ‌ها ارائه می‌دهد و دارای پتانسیل‌های فراوانی در امر جهانی‌شدن فرهنگ‌هاست. همه این موارد عامل ابداع معیارهایی از جمله مفهوم توسعه انسانی است که ملاحظه‌های دیگری را همچون آزادی سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و امکان یک زندگی سالم و موزون و فرهیخته و خلاق برای همه در عین احترام به خود و احترام به حقوق بشر وارد می‌کند. (پرزدکوئیار، ۱۳۷۶، ش۳۱۶: ۵) یونسکو به عنوان نهادی بین‌المللی، سه نقش فکری،[1] معنوی[2] و کارگزار[3] یا عامل را از طریق اتخاذ اقدامات به موقع بازی می‌کند؛ نقش کارگزار واسطه برای ترویج شکل‌های گوناگون همکاری بین عاملان یا کارگزاران متفاوت است. (دوپویی، ۱۶۹:۱۳۷۴)

استراتژی‌های توسعهٔ فرهنگی یونسکو

مفهوم توسعه فرهنگی در نتیجهٔ تلاش‌های یونسکو در دهه هفتاد قرن بیستم میلادی رواج یافت. برخی توسعه فرهنگی را حاصل توسعه عمومی دانسته‌اند. در این‌جا

---

1. Reflective 2. Itellectual 3. Agent

توسعه امری بسیار پیچیده و چندبُعدی است که در درازمدت در جهت اهداف اجتماعی ـ فرهنگی حرکت می‌کند و در محور انسان قرار می‌گیرد. توسعه فرهنگی همه را هدف قرار می‌دهد نه نخبگان را. (توحید فام، ۱۳۷۹:۲۱)

یونسکو برای نخستین بار در دسامبر سال ۱۹۶۷ میزگردی مرکب از کارشناسان ۲۴ کشور در موناکو تشکیل داد تا به گفتگو در باره مسائل مربوط به سیاست‌های فرهنگی بپردازند. شرکت‌کنندگان در این میزگرد که به اعتبار شخصیت خویش دعوت شده بودند، سوابق کاری گوناگونی داشتند: مسئولان فعالیت‌های فرهنگی در سطح ملی، متخصصان علوم اجتماعی و انسانی، هنرمندان و نمایندگان سازمان‌های غیر دولتی در مقدمهٔ سند نهایی این میزگرد چنین می‌خوانیم: در تمدنی که تحت استیلای تکنولوژی قرار گرفته است، اقدام فرهنگی نقشی فزاینده ایفا می‌کند و با هدف بخشیدن به‌کار آموزش و کوشش علمی آن‌ها را تکمیل می‌کند، اقدام فرهنگی تضمینی ایجاد می‌کند که توسعه در خدمت مردمان قرار بگیرد. (پهلوان، ۱۳۸۰:۱۰)

این خود نشانگر این نکته است که همه مردمان درگیر مقوله فرهنگی هستند و سهم تعالی دارند. همچنین در همین مجمع اظهار شد که توسعه اقتصادی و اجتماعی باید دست در دست توسعه فرهنگی به پیش برود و فعالیت فرهنگی انگیزاننده زندگی اقتصادی است. نتایج این میزگرد بر چند نکته تأکید دارد:

۱. اهمیت نقش اقدام فرهنگی در تکمیل برنامه‌های آموزشی و علمی؛

۲. ایجاد امکانات برای همه مردم به منظور دسترسی به زندگی فرهنگی و به عهده داشتن سهمی فعال در آن؛

۳. توسعه فرهنگی همراه با پیشرفت تکنولوژیک گام بردارد؛

۴. فعالیت فرهنگی، توفیق توسعه اقتصادی را تضمین می‌کند و باید همپای آن به پیش رود.

پذیرفتن استدلال‌های فوق بی‌تردید ما را به سوی برنامه‌ریزی فرهنگی سوق می‌دهد و به دنبال آن کنفرانس بین‌الدول «ونیز» در سال ۱۹۷۰ این واقعیت را پذیرفت که فرهنگ از زندگی روزمره مردم جدایی‌ناپذیر است. در این کنفرانس، ویژگی‌های فراگیر مفاهیم توسعه فرهنگی، توسعه اقتصادی و عمومی نیز مورد تأکید قرار گرفت. به این اعتبار که سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی بازدهی درازمدت دارند

و از جمله عوامل موفقیت توسعه عمومی هر جامعه به شمار می‌روند. (دوپویی، ۲۲:۱۳۷۴) و برای رشد آگاهی‌های عمومی در تمام نقاط دنیا و حفظ ارزش‌ها، گسترش فعالیت‌های فرهنگی توصیه شد.

دههٔ جهانی توسعهٔ فرهنگی

سازمان آموزشی علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) همزمان با مجمع عمومی سازمان ملل متحد، دههٔ پایانی قرن بیستم را دههٔ جهانی توسعه فرهنگی نام نهاد و مقرر داشت دولت‌های عضو، طی این سالیان که به آغاز هزاره سوم میلادی خواهد انجامید، در پیشرفت و اعتلای فرهنگ بکوشند و تلاش در این زمینه را بر عهده دولت‌ها و کمیسیون‌های ملی یونسکو در هر کشور واگذار کرد. (توحید فام، ۷:۱۳۸۰)

بی‌تردید سوق نیافتن کشورهای توسعه‌نیافته به سمت تحقق اهداف انتقادی از یک سو، و پی بردن استیلای نگاه تک‌بُعدی توسعه و انحصار این مفهوم در بُعد اقتصادی از سوی دیگر، نگاه‌ها را به سوی توسعه فرهنگی معطوف کرد. تأملاتی که در این باب صورت گرفته، و به طرح (این دهه) انجامید، نشان می‌دهد که تحلیل نابرابری‌هایی که مشخصه وضعیت کنونی جهان هستند، بیانگر آنند که عوامل اقتصادی را نمی‌توان تنها مرجع توسعه دانست. (فاضلی، ۲۷۸:۱۳۷۹)

فدریکور مایور، رئیس پیشین یونسکو، این دیدگاه را چنین خلاصه می‌کند: «در طول دهه گذشته مشخص شده است که وقتی توسعه اقتصادی بدون توجه به محیط فرهنگی تعیین می‌شود، عدم توازن اقتصادی و فرهنگی سر برمی‌آورد و پتانسیل خلاقه مردم به طور جدی ضعیف می‌شود. اگر هدف از توسعه، پدید آوردن زندگی بهتر برای هر شخص است، در آن صورت، توسعه باید مبتنی بر استفاده بهینه از منابع انسانی هر جامعه و از طریق بیان آزاد علایق و تمایلات اعضای آن جامعه باشد. این امر به معنای آن است که در تحلیل نهایی، اولویت‌ها، انگیزه‌ها و اهداف را باید از فرهنگ استخراج کرد.» (یونسکو، ۱۹۸۸)

دهه جهانی توسعه فرهنگی در ژانویه ۱۹۸۸ اعلام و تا سال ۱۹۹۷ به قصد رسیدن به چهار هدف زیر دنبال شد:

۱. دفاع کردن از بُعد فرهنگی توسعه
۲. دفاع کردن از هویت‌های فرهنگی و تعالی بخشیدن به آن‌ها
۳. گسترش مشارکت در زندگی فرهنگی
۴. ارتقای همکاری فرهنگی بین‌المللی

این چهار هدف مستلزم پاسخگویی به دو سؤال اساسی است:

چگونه میزان توجه به بُعد فرهنگی توسعه را ارتقا دهیم؟

چگونه می‌توانیم استعداد خلاقه و زندگی فرهنگی را به طور کلی شبیه‌سازی کنیم؟ (فاضلی، ۲۷۸:۱۳۷۹)

پرچمی که یونسکو برافراشته و سعی در همگانی کردن آن دارد بیانگر بُعد فرهنگی توسعه یا پذیرش نقش محوری فرهنگ در فرایندهای توسعه است.

«یکی از مسئولیت‌های اساسی مدیریت فرهنگی (در سطح جهانی، ملی و محلی) پیشبرد توسعه فرهنگی است. بر اساس برنامه دهه جهانی توسعه (یونسکو ۱۹۸۸-۱۹۹۷) که در سده ۲۱ نیز مورد توجه قرار دارد، اهداف توسعه فرهنگی است که مورد توافق اکثر دولت‌های عضو یونسکو از جمله ایران قرارگرفته و عبارت است از: ارتقای همکاری‌های فرهنگی بین‌المللی، تقویت مشارکت فرهنگی، حفظ میراث فرهنگی و تقویت فرهنگی.» (پهلوان، ۱۲۹:۱۳۷۸)

فراهم آوردن اطلاعات و آموزش شغلی، هماهنگی لازم بین فعالیت‌های آموزشی، فرهنگی و اوقات فراغت و به‌کارگیری وسایل ارتباط جمعی برای استفاده جامع و پیگیر از مجموعه‌ای از روش‌ها و برانگیختن نیازها و تقاضاها از دیگر موارد مهم در این زمینه است که فقط از مقامات حکومتی برمی‌آید.

تحقیق و آفرینش از موضوعاتی است که تنها مقامات مرکزی حکومت می‌توانند در باره آن تصمیم بگیرند و اولویت‌بندی و هدف‌ها را تعیین کنند، چون تحقیق و آفرینش گام اول توسعه در جامعه است. رنه مایو، دبیر کل یونسکو، در کنفرانس ونیز به دو موضوع اساسی در امور فرهنگی که مداخله مسئولان دولتی را می‌طلبد اشاره می‌کند:

۱. حق دستیابی به فرهنگ که مسئولان باید وسایل لازم را فراهم سازند و این امر یکی از مبانی سیاست فرهنگی و نخستین هدف آن است. «اعلامیه جهانی

حقوق بشر در سال ۱۹۴۸ که توسط سازمان ملل متحد انتشار یافت، اعلام می‌کند که: هر فردی حق مشارکت آزادانه در زندگی فرهنگی جامعه را دارد.» (ژیرار، ۲۴۵:۱۳۷۲)

۲. پیوند بین توسعه فرهنگ و توسعه عمومی: در این کنفرانس تأکید شد که مبانی دیگر سیاست فرهنگی، توسعه است و چون توسعه به تدریج گسترده‌تر، عمیق‌تر و متنوع‌تر شده است، نه تنها رشد اقتصادی به عوامل اجتماعی همچون بهداشت، آموزش و پرورش و اشتغال وابسته است، بلکه تعیین‌کننده گزینش‌های اساسی در برنامه‌ریزی همه‌جانبه توسعه است. بدون شک، توسعه فرهنگی از نظر اقتصادی نیز واجد ارزش است. همان‌طور که شاهد هستیم، صنایعی که نقش مهم روزافزونی در زندگی فرهنگی دارند، تأثیرشان بر زندگی اقتصادی نیز به تدریج افزایش می‌یابد و در واقع سیاست‌های فرهنگی و صنعتی ویژه‌ای، با توجه به گسترش فن‌آوری تکنولوژی ارتباطات، پیوند نزدیکی با یکدیگر داشته و یکدیگر را تقویت می‌کنند. همچنین بازتاب صنایع فرهنگی و فعالیت‌های فرهنگی بر نفوذ یک کشور در جهان امری شناخته شده و بدیهی است.

از سوی دیگر، بر اساس تعریف یونسکو از فرهنگ، توسعه و حفظ فراورده‌های فرهنگی منطقه‌ای و ملی ضرورت تام دارد، چرا که فراورده‌های فرهنگی مطمئن‌ترین ضامن توسعه مستقل است، هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و قوه خلاقیت و آگاهی مردم را نسبت به میراث فرهنگی افزایش می‌دهد.

از آن‌جا که هدف توسعهٔ انسان است و توسعهٔ فرهنگی در جامعه به معنای خاص و ویژه تربیت انسان بر اساس معیارهای انسانیت است، همان‌طور که حضرت امام(ره) اصلاح یک کشور را اصلاح فرهنگ آن کشور می‌داند و اصلاح یک فرد را اصلاح فرهنگ وی، باید در برنامه‌های توسعه نظام با استفاده از نخبگان و فرهنگ‌شناسان و دانشمندان برنامه‌ها را طوری تهیه کرد که همه افراد جامعه، همان‌طور که از قرآن و نهج‌البلاغه و شاید آثار دانشمندان بنام جهان به اندازه ظرفیت درک خود برداشت دارند، بتوانند از توسعه فرهنگی نظام بهره‌مند شوند و این امر مستلزم این موضوع است که غنای این برنامه‌ها باید به حد اعلا رسیده باشد.

توسعه و توسعهٔ فرهنگی از دیدگاه امام(ره)[1]

امام خمینی(ره) با استناد به تعالیم عالیه اسلام، فرهنگ را اساس جامعه می‌داند و ضمن پذیرش نیازهای مادی و اقتصادی به عنوان یکی از ابعاد وجودی انسان، نقش فرهنگ را تعیین‌کننده و امور دیگر را تابعی از آن می‌داند.

در دهه‌های اخیر، دانشمندان و صاحب‌نظران مسائل اجتماعی و فرهنگی، توسعه را ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای کشورهای جهان سوم دانسته‌اند و رسانه‌های گروهی این کشورها، آیینه اندیشه‌های توسعه شده است. انعکاس گسترده اندیشه‌های توسعه، در رسانه‌های جمعی و مطبوعات ضمن آنکه نشان‌دهنده اهمیت طرح موضوع توسعه است، ضرورت همگانی کردن اندیشه‌ها را نیز آشکار می‌سازد. اما همگانی‌شدن اندیشه‌های توسعه، درکشورهای جهان سوم ممکن است دارای کارکرد مثبت یا منفی باشد. کارکرد مثبت آن، بسیج مردم برای سازندگی است و کارکرد منفی آن، انحراف افکار عمومی و وابستگی و گسیختگی فرهنگی و اجتماعی ناشی از اندیشه‌ها و نظریه‌های غیر بومی و استعماری ناظر به توسعه است. غالب نظریه‌های توسعه، در دهه هفتاد میلادی از طرف دانشمندان غربی و یا وابسته به غرب ارائه شده است، در نتیجه، برخی نظریه‌های توسعه، عقب‌ماندگی و وابستگی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورهای جهان سوم به آمریکا و چند قطب صنعتی دیگر را به دنبال داشته و گاهی نیز در این پروسه، آشکارا ارزش‌های معارض با نظام ارزشی جهان سوم تبلیغ شده است.

الگوی نوسازی، یعنی اندیشه کسانی که دوگانگی جامعه سنتی و جامعه مدرن را مطرح ساخته‌اند، نمونه بارز نظریه‌هایی است که به وضوح در جهت نفی هویت فرهنگی ملت‌های جهان سوم تلاش می‌کردند. نظریه دوگانگی جامعه سنتی و مدرن که اصطلاحاً به دیدگاه نوسازی موسوم است، قائل به دگرگونی کامل جامعه سنتی (ماقبل مدرن) به جامعه‌هایی با انواع فن‌آوری، سازمان اجتماعی و فرهنگ مربوط به آن است. فرض این الگوها بر این است که تمام جوامع، در مرحله سنتی شبیه به هم بوده‌اند و بالاخره این جوامع، همان دگرگونی‌هایی را که در غرب اتفاق افتاده است، از سر خواهند گذراند و به صورت جوامع مدرن در خواهند آمد. و این گذر، از

۱. با دخل و تصرف به نقل از خبرگزاری فارس، مرداد ۱۳۸۵.

طریق اشاعه فرهنگ، فن‌آوری و نظام ارزش‌های سرمایه‌داری و یا گسترش نظام‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی از نوع غربی به وجود می‌آید.

از این رو، کشورهای جهان سوم علاوه بر مشکل توسعه نیافتگی، با مسئله جدیدتری به نام توسعه اندیشه‌ها و نظریه‌های غربی و استعماری توسعه مواجه هستند.

دیدگاه‌های حضرت امام خمینی(ره) در باره فرهنگ و توسعه فرهنگی با توجه به ضرورتی که شرح آن گذشت، یکی از نیازهای اساسی جامعه امروز ماست. حضرت امام خمینی(ره) در مناسبت‌های گوناگون، ایده‌ها، خط مشی‌ها، اصول و سیاست‌های کلان کشور و امت اسلامی، بلکه مستضعفان جهان، را مطرح می‌فرمود و راه مجد و عظمت را به انسان‌های در بند می‌آموخت.

توسعه از دیدگاه امام خمینی(ره) پنج ویژگی دارد:

۱. جامعیت مفهوم توسعه به نحوی که کلیه ابعاد وجودی انسان را فرا می‌گیرد؛

۲. فرهنگ، اساس توسعه است؛

۳. استقلال فرهنگی، عامل اصلی توسعه و وابستگی فرهنگی، عامل اصلی توسعه‌نیافتگی است؛

۴. فرهنگ اسلامی، اساس و هدف توسعه فرهنگی است؛

۵. تربیت و تعالی انسان، شرط توسعه و غایت آن است.

حضرت امام خمینی(ره) با استناد به تعالیم عالیه اسلام، فرهنگ را اساس جامعه می‌داند و ضمن پذیرش نیازهای مادی و اقتصادی به عنوان یکی از ابعاد وجودی انسان، نقش فرهنگ را تعیین‌کننده و امور دیگر را تابعی از آن می‌داند: «بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هر چند جامعه از بُعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد، ولی پوچ و پوک و میان‌تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند، و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد.» (صحیفه نور، ج۱۵: ۱۶)

ایشان در جایی دیگر فرهنگ را مایه سعادت و شقاوت جامعه می‌دانند و می‌فرمایند: «فرهنگ مبدأ همه خوشبختی‌ها و بدبختی‌های ملت است، اگر فرهنگ

ناصالح شد این جوان‌هایی که تربیت می‌شوند به این تربیت‌های ناصالح، این‌ها در آتیه فساد ایجاد می‌کند...» (صحیفه نور، ج ۱:۲۷۳)

«در باره فرهنگ هر چه گفته شود کم است و می‌دانید و می‌دانیم اگر انحرافی در فرهنگ یک کشور پیدا شود، دیری نخواهد گذشت که انحراف فرهنگی بر همه غلبه می‌کند و همه را خواهی نخواهی به انحراف می‌کشاند.» (صحیفه نور، ج۱۷: ۲۰۳)

حضرت امام خمینی(ره) که ریشه تمامی معضلات جامعه را در بیماری‌های فرهنگی می‌دانستند، کراراً گوشزد می‌کردند که آفات فرهنگی سموم کشنده‌ای هستند که سیاست و اقتصاد جامعه را مسموم می‌کنند. ایشان غربزدگی، استعمار فرهنگی، جهل فرهنگی و بسیاری از آفات فرهنگی دیگر را از موانع اصلی دستیابی به الگوی جامع توسعه می‌دانند: «فرهنگ مسموم استعمار، تا اعماق قصبات و دهات ممالک اسلامی رخنه کرده و فرهنگ قرآن را عقب زده و نوباوگان ما را فوج فوج در خدمت بیگانگان و مستعمران در می‌آورد و هر روز با نغمه تازه، با اسامی فریبنده، جوانان ما را منحرف می‌کند.» (صحیفه نور، ج ۱: ۱۵۶)

توطئه‌ها و تهاجمات فرهنگی از دیگر موضوعاتی است که حضرت امام خمینی(ره) از آن به عنوان مانع توسعه و اساس عقب‌ماندگی جامعه یاد می‌کنند: «تردیدی نیست که جهانخواران، برای به دست آوردن مقاصد شوم خود و تحت ستم کشیدن مستضعفان جهان راهی بهتر از هجوم به فرهنگ و ادب کشورهای ضعیف ندارند.» (صحیفه نور، ج۱۵: ۲۶۷)

جهل فرهنگی و ناآگاهی از مواریث و سرمایه‌های فرهنگی، یکی دیگر از موانع توسعه و توسعه فرهنگی در جامعه اسلامی است که حضرت امام خمینی(ره) فراوان به آن اشاره کرده‌اند و از اندیشمندان ملل مختلف خواسته‌اند که مردم را نسبت به حفظ اصالت‌های خود آگاه سازند: «آن چیزی که وظیفه همه ما مسلمانان است، وظیفه علمای اسلام است، وظیفه دانشمندان مسلمان است، وظیفه نویسندگان و گویندگان در بین طبقات مسلمان است، این است که هشدار بدهند به این ممالک اسلامی که ما خودمان فرهنگ داریم، ما خودمان فرهنگ غنی داریم، فرهنگ ما طوری بوده است که صادر شده است به خارج که آن‌ها گرفتند از ما.» (صحیفه نور، ج۶: ۲۱۹)

نتیجه‌گیری

بنیاد فرهنگی و اجتماعی هر جامعه‌ای به آموزش و آگاه‌کردن مردم متکی است. با آموزش، فرهنگ زیستی و اجتماعی و اخلاقی افزایش می‌یابد و احترام‌های اجتماعی به طبیعت، اجتماع و... رشد می‌کند. در حقیقت با آموزش، جهل و فقر فرهنگی کم‌تر شده و مردم آماده رشد فرهنگی می‌شوند. به شرط این‌که در کنار آموزش، خدمات و سرویس‌دهی نیز انجام شود و دولت درصدد رفع مشکلات نیز باشد.

مهم‌ترین ابزار توسعه فرهنگی دانایی‌محور در حوزه محیط زیست، آموزش است. مبانی حقوقی آن در سطوح بین‌المللی فراهم و در سطح ملی توجه به آن روزافزون است.

«برای دستیابی به یک توسعه پایدار راهی جز ایجاد فرهنگ و اندیشه لازم از طریق آموزش نیست و کارایی و کارکرد فرهنگ در درازمدت و به معنای دیگر، پویایی یک فرهنگ در بستر زمان، بستگی به عناصر ساختاری فرهنگ دارد. هر چه این عناصر از پویایی بیش‌تری برخوردار باشند، به همان اندازه فرهنگ و تغییرات ایجاد شده توسط آن دوام و گستردگی خواهد داشت.» (بابایی، ۱۴۵:۱۳۸۴)

به عبارتی، توسعه فرهنگی بیش‌تر بستگی به ریشه‌ها و عناصر فرهنگ دارد، هر چه این موارد قوی‌تر باشد توسعه سریع‌تر اتفاق می‌افتد.

«در حقیقت وقتی فرهنگ، معلول و نتیجه اندیشه و ارزش‌ها شد در آن صورت ما با پدیده‌های توسعه فرهنگی مواجه هستیم، چراکه رشد اندیشه و ارزش‌ها (عناصر اصلی فرهنگ) مساوی با رشد و توسعه فرهنگی است. همچنین زمانی که فرهنگ، علت تغییر و تحول در ساختارهای اقتصادی و سیاسی و امور نظامی و دفاعی شود، در واقع مواجه با فرهنگ توسعه هستیم، یعنی توسعه بر چه مبنا و ارزش‌ها و اندیشه‌هایی تغییر یافته و یا درصدد تغییر است.» (همان:۱۴۸)

از آن‌جاکه فرهنگ مقوله‌ای است مرکب از عناصر مختلف، طبعاً ثبات و تغییر و چگونگی آن به نوع تحولات وارد بر عناصر فرهنگی برمی‌گردد و با توجه به تقسیم عناصر فرهنگ به ثابت و متغیر و دگرگونی عناصر متغیر، که باعث تغییر فرهنگ می‌شود، به نوع شناخت‌ها و ارزش‌هایی برمی‌گردد که به واسطه آن‌ها اصول و

عناصر ثابت را تفسیر و یا تأویل می‌کنند. این دگرگونی برای پذیرش و جذب ارزش‌ها، هنجارها، نهادها و تأسیسات جدید، یک ضرورت است که در فرایند توسعه فرهنگی جامعه اجتناب‌ناپذیر است.

«پویایی رفتاری و خواستی انسان‌ها متناسب با مقتضیات زمان، همراه با ثبات در اصول و محتوای فرهنگی، از عوامل رشد و توسعه فرهنگی و اجتماعی هر جامعه است.» (همان:۷۱)

«هدف اصلی کشورهای سرمایه‌دار غربی در توسعه فرهنگی و تبادل فرهنگی، گسترش مصرف کالاهای تولیدی آن‌هاست و برای دستیابی به آن از طرق مختلف وارد می‌شوند، مانند تأسیس مؤسسات آموزشی، اشاعه برنامه‌های تلویزیونی و...» (همان:۷۱)

«در توسعه فرهنگی، حفظ حاملان و صنایع فرهنگی مانند کتاب، معماری، فیلم، عکاسی، مطبوعات، برنامه‌های سمعی و بصری، موسیقی و... در ابعاد منطقه‌ای و ملی برای حفظ هویت جمعی ضرورت دارد. صنایع فرهنگی مطمئن‌ترین ضامن توسعه فرهنگی مستقل است، چراکه هویت فرهنگی را تقویت می‌کند و قوه خلاقیت و آگاهی مردم را نسبت به میراث فرهنگی افزایش می‌دهد. توسعه محمل‌ها و صنایع فرهنگی از یک جهت در توسعه اقتصادی نیز مؤثر است، ولی باید توجه داشت که رشد آن‌ها نباید منجر به تخریب هویت فرهنگی و از بین رفتن ارزش‌های نهفته در فرهنگ شود.» (همان:۱۰۱ ـ ۱۰۲)

«فرهنگ تنها یک عامل اقتصادی کمابیش حاشیه‌ای نیست، بلکه برای فعالیت‌های اقتصادی و محیط اجتماعی عامل تعیین‌کننده به شمار می‌رود. بُعد فرهنگی از اقتصاد جدایی‌ناپذیر است و نمی‌تواند به سطح یک زائده کیفی تنزل یابد، بلکه باید برنامه‌های توسعه را تغذیه کند. عدم توجه به بُعد فرهنگی توسعه، برنامه‌های اقتصادی را نیز به شکست می‌کشاند. بدون توجه به ملاحظات فرهنگی، طرح توسعه امری توهمی خواهد بود. در مقابل، ترویج توسعه فرهنگی بهترین وسیله برای تحقق توسعه اقتصادی و ضامن توزیع و تبادل عادلانه کالاهای مادی و معنوی در جامعه بشری است.» (دوپویی، ۱۳۷۴:۴۲)

به گفته آندره مالرو: «توسعه در قرن ۲۱ یا متکی بر مذهب خواهد بود و یا اصلاً

وجود نخواهد داشت.» و شعار دیگری به این مضمون: «توسعه در قرن ۲۱ یا متکی بر فرهنگ خواهد بود یا اساساً وجود نخواهد داشت.» این شعار برآیند گرایش جدید جامعه جهانی و به عبارت صحیح‌تر، پذیرش نقش محوری و بنیادی فرهنگ در برنامه‌های سازمان ملل متحد و همچنین برنامه‌های توسعه ملی کشورهاست. اکنون وقتی صحبت از توسعه می‌شود، مراد مفهوم جامع و فراگیر توسعه پایدار انسانی و دربرگیرندهٔ ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. فرهنگ نیز به ادبیات و هنر محدود نمی‌شود، بلکه به معنای شیوه و روشی است که افراد در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند، ارتباط برقرار می‌سازند و همکاری می‌کنند و همچنین نحوه توجیه این مناسبات متقابل با استفاده از نظام باورها، ارزش‌ها و هنجارهاست. (فراهانی، ۱۲۷:۱۳۷۷) تدوین برنامه توسعه‌ای با نقش محوری فرهنگ مستلزم آگاهی دقیق از وضع موجود و شرایط و امکانات در دسترس است. زیراکه واقع‌بینی ممکن است برنامه‌ریزی دقیق و صحیحی را برای آینده تضمین کند. ارزیابی وضع موجود و طبقه‌بندی داده‌ها و اطلاعات پراکنده خود نیازمند وجود شاخص‌هاست.

در کشورهایی که توازن رفتار میان حکومت و قومیت‌ها وجود دارد، نه فقط شاهد انسجام وحدت ملی هستیم، بلکه توسعه همه‌جانبه و پایدار کشورها بر اثر استفاده از همه ظرفیت‌های جامعه را می‌توان پیش‌بینی کرد. نکته قابل توجه و مورد نظر در این مطلب توازن رفتاری است. به جرئت می‌توان گفت که ایجاد چنین بستری به برداشت، اندیشه و نگرش افراد بستگی دارد و همه این‌ها از عناصر فرهنگی محسوب می‌شوند و این‌جا اهمیت توسعه فرهنگی آشکار می‌شود.

از آن‌جا که توسعه موزون و همه‌جانبه و مبتنی بر عدالت قادر است بسیاری از معضلات کنونی را رفع کند، باید توسعه بر مبنای الگوی بومی در همه ابعاد پیگیری و محقق شود.

۳

نهادهای فرهنگی بین‌المللی و مناسبات فرهنگی

در این فصل، به طور خلاصه، به بررسی وظایف و فعالیت‌های یونسکو، آیسیسکو، شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی (INCP)، مؤسسه فرهنگی اکو و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در قالب نهادهای روابط بین‌المللی فرهنگی و مناسبات فرهنگی خواهیم پرداخت.

یونسکو

سازمان آموزشی، علمی، فرهنگی سازمان ملل متحد (UNESCO) در سال ۱۹۴۵ و پس از پایان جنگ جهانی دوم بنیانگذاری شد. در این سال ۳۷ کشور منشور یونسکو را امضا کردند. یک سال بعد این منشور به تصویب بیست کشور دیگر نیز رسید و ۵۷ کشور مذکور به عنوان مؤسسان اولیه سازمان به شمار می‌روند. پنج سال بعد، در سال ۱۹۵۰، تعداد اعضای این نهاد فرهنگی به ۵۹ کشور رسید. با عضویت اتحاد جماهیر شوروی در یونسکو به سال ۱۹۵۴، این رقم از مرز هفتاد کشور گذشت. در دهه شصت میلادی، همه‌گیرشدن فرایند استقلال‌طلبی مستعمرات اروپا در قاره آفریقا، باعث افزایش اعضای یونسکو شد. در اوایل دهه نود، با فروپاشی شوروی سابق و تغییرات فراوان در جغرافیای سیاسی جهان، دوازده عضو تازه از کشورهای تازه استقلال‌یافته به عضویت مجمع یونسکو در آمدند.

در طول تاریخ شصت و چند ساله یونسکو، عضویت ده کشـور در زمـان‌های مختلف و به دلایل گوناگون به شکل موقت معلق شد و هم‌اکنون ۱۹۱ عضو دائم و شش عضو موقت در مجمع جهانی یونسکو حضور و عضویت دارند.

سازمان جهانی یونسکو شامل پنج بخش آموزشی، علمی، فرهنگی و ارتباطات ملل متحد، در نوامبر ۱۹۴۵ به امضا رسید و بدین ترتیب، یونسکو با هدف کمک به صلح و امنیت بین‌المللی از طریق ترویج تشریک مساعی، تـحلیل مـلل در امـور تربیت، تعلیم، علوم و فرهنگ فعالیت خـود را آغـاز کـرد. (نـادری قـطب‌الدیـنی، ۹:۱۳۸۲)

اهداف و برنامه‌ها (استراتژی)

هدف برنامه‌های یونسکو که بر اساس سهیم کردن همهٔ انسان‌ها در دانش پی‌ریزی شده، پیشبرد فرهنگ، صلح‌خواهی، توسعهٔ انسانی و توسعهٔ پایدار است.

رسالت سازمان

۱. توسعه و ارتقای اصول و هنجارهای جهانی مبتنی بر ارزش‌های مشترک به منظور مواجهه با چالش‌های به‌وجود آمده و مهم در عـرصهٔ آمـوزش، عـلم، فـرهنگ و ارتباطات و حمایت و تقویت رفاه عمومی

۲. ارتقای و گسترش تکثرگرایی از طریق به رسمیت‌شناسی و صیانت از تنوع فرهنگی و ملاحظهٔ حقوق انسانی

۳. ارتقای سطح مشارکت و اقتدار در جامعهٔ علمی از طریق دسـترسی بـرابـر، ظرفیت‌سازی و مشارکت در دانش

اهداف استراتژیک

آموزش:

ــ ارتقای آموزش به عنوان حق اساسی مطابق با اعلامیهٔ جهانی حقوق بشر

ــ بهبود کیفیت آموزش از طریق متنوع‌سازی محتویات و روش‌هـا و ارتـقای ارزش‌های مشترک در سطح جهانی

ــ ارتقای سطح تجارب علمی، ابتکارات و اشاعه و مشارکت اطلاعات و اتخاذ بهترین تدابیر در راستای سیاست گفتگوی علمی

علوم:

ــ ارتقای اصول و هنجارهای اخلاقی برای هدایت توسعهٔ علمی و تکنولوژی و استحالهٔ اجتماعی

ــ بهبود امنیت انسانی از طریق مدیریت بهینه تحولات اجتماعی و محیطی

ــ تقویت و غنابخشی به ظرفیت‌های علمی، فنی و انسانی در راستای مشارکت در جوامع علمی معاصر

فرهنگ:

ــ ارتقای سطح ابزارهای استاندارد قانونی و اجرای آن‌ها در حوزه فرهنگ

ــ صیانت از تنوع فرهنگی و تشویق گفتگو میان فرهنگ‌ها و تمدن‌ها

ــ تقویت و غنابخشی ارتباط میان فرهنگ و توسعه از طریق ظرفیت و مشارکت در دانش

اصول و خط‌مشی یونسکو

اصول پایه‌ای یونسکو شامل موارد زیر است: آموزش ابتدایی برای همه و مبارزه با بی‌سوادی در جهان، بهبود منابع آب و سیستم‌های زیست‌انسانی، رواج اخلاق‌گرایی در علم و فن‌آوری با تأکید بر اخلاق انسانی، ترویج تکثر فرهنگی با تأکید ویژه بر میراث محسوس و نامحسوس فرهنگی، افزایش قدرت بشر در دسترسی به علم و اطلاعات با تأکید بر حق آزادی بیان، ریشه‌کنی و محو فقر خصوصاً در کشورهای توسعه‌نیافته، همکاری اطلاعاتی و فن‌آوری ارتباطات در زمینه آموزش علمی، فرهنگی و پایه در مجامع علمی.

«فعالیت سازمان، بر اساس ماده اول اساسنامه که مبین اهداف یونسکوست، در تحکیم همکاری ملل از طریق آموزش، علم و فرهنگ خلاصه شده است. این اقدامات همه برای این صورت گرفته است که عدالت و قانون در جهان مستقر شده و حقوق بشر و آزادی‌های اساسی همه مردم فارغ از هر گونه تفاوت نژادی، جنسی، زبانی و مذهبی که منشور ملل متحد از آن‌ها همچون حق مسلم افراد یاد کرده است، تأمین شود.» (آلبرکلییار، ۱۳۷۱:۶۲۹)

سیاست‌های فرهنگی

در میان نهادهای وابسته به سازمان ملل متحد، یونسکو تنها مؤسسه‌ای است که در حوزه فرهنگ جهانی به طور رسمی اختیار فعالیت و اعمال نظر دارد. یونسکو موظف است در پیشبرد و روزآمد کردن جریان‌ها و سیاست‌های فرهنگی کشورهای عضو، به دولت‌ها کمک کند. یکی از مهم‌ترین اهداف یونسکو، ساماندهی چالش‌های ناشی از تضادهای فرهنگی در تمامی اَشکال آن است. جنبش‌های فرهنگی سنت‌گرا، معاصر و خلاق، تحت نظر یونسکو به دستاوردهای مفیدی رسیده‌اند. یکی از این دستاوردها را می‌توان گفتگوی فرهنگی تمدن‌ها نام برد. این سیاست‌ها نه فقط در حوزه فرهنگ، بلکه در دیگر زمینه‌ها نیز موجبات توسعه را فراهم آورده‌اند.

«یونسکو از دهه ۱۹۸۰ با این درک که مبنای توسعه همه‌جانبه و پایدار را باید بر پاسداشت و توسعه تنوع فرهنگی استوار کرد، بنیان فعالیت‌هایی را گذاشته است که در سال ۲۰۰۱ منجر به تصویب اعلامیه جهانی تنوع فرهنگی و در سال ۲۰۰۵ منتهی به تصویب کنوانسیون جهانی تنوع فرهنگی شده است. کنوانسیون جهانی تنوع فرهنگی بر اصولی استوار است که بی‌تردید بر تعریف و تدوین سیاست‌های فرهنگی کشور تأثیرگذار خواهد بود.» (وحید، ۱۳۸۴:۴۱)

نقش یونسکو در فعالیت‌های فرهنگی

«در کنفرانس جهانی سیاست‌های فرهنگی که در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی برگزار شد، رابطه فرهنگی موضوع مورد بحث بود. در این کنفرانس، به صراحت در دو ماده از بیانیه بحث رابطه فرهنگی تمدن با صلح جهانی مطرح شده است. در ماده چهار بیانیه این کنفرانس چنین آمده است: 'تمامی فرهنگ‌ها بخشی از میراث مشترک بشری‌اند. هویت فرهنگی یک ملت از طریق برخورد تفاهم‌آمیز با سنت‌ها و ارزش‌های دیگران است که تجدید بنا می‌شود و غنی می‌گردد. فرهنگ یک گفتگوست، یعنی تبادل ایده، اندیشه و تجربه و احترام به ارزش‌ها و سنت‌های دیگران.'» (منوچهری، ۲۰۰۶: ۲)

ساختار و تشکیلات یونسکو (نشست عمومی و مجمع اجرایی)

علاوه بر اعضای دائم و غیر دائم، نمایندگانی از کشورهای غیر عضو، سازمان‌های بین‌المللی یا منطقه‌ای و سازمان‌های غیر دولتی (NGO) در نشست‌های عمومی

می‌توانند حضور یابند. هر کشور عضو، بدون در نظر گرفتن ملاحظاتی از قبیل وسعت یا میزان پرداخت حق عضویت در سازمان، یک حق رأی دارد.

ساختار یونسکو مانند هر نهاد تخصصی کلاسیک از یک کنفرانس عمومی، یک شورای اجرایی و یک دبیرخانه ترکیب یافته است. «همکاری بین‌المللی در قلمرو امور فرهنگی و آموزشی از آن روی مفید می‌نماید که راه‌های تفهیم و تفاهم متقابل ملت‌ها را هموار می‌سازد و به پیشرفت و گسترش علوم و در نهایت توسعه آموزش همگانی کمک می‌کند.» (آلبرکلییار، ۱۳۷۱:۶۲۵)

دبیر کل (رئیس اجرایی سازمان) و دبیرخانه

ایجاد سیستم‌های مدیریتی و تعیین اهداف دبیرخانه از وظایف اصلی دبیر کل سازمان است. دبیر کل، رئیس اجرایی سازمان به شمار می‌رود. از سال ۱۹۴۶ و پایه‌گذاری یونسکو تاکنون هشت دبیر کل، این مؤسسه را زیر مجموعه سازمان ملل رهبری کرده‌اند. دبیرخانه سازمان داوطلبان فعالیت از سراسر جهان را به خدمت می‌پذیرد. دبیرخانه مرکزی یونسکو در پاریس مستقر است. تکمیل برنامه‌ها از جمله ادامه و اجرای کامل برنامه استراتژی میان‌مدت سازمان از وظایف دائمی دبیرخانه مرکزی است. علاوه بر آن، ایجاد ارتباط و تعامل قوی میان جامعه جهانی، دبیرخانه یونسکو را به مؤسسه‌ای کاملاً بین‌المللی بدل ساخته است.

نقش یونسکو در معادلات جهانی

امروزه یونسکو نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای در پردازش ایده‌ها و برقراری استانداردهایی برای پیشبرد اهداف جهانی و توافقات اخلاقی سازمان ملل یافته است. کمک به توسعه متوازن و همه‌جانبه انسانی و فرهنگی در جوامع گوناگون از دستاوردهای مهم این سازمان است. یونسکو در راه ایجاد موقعیت گفتگویی اصیل بر پایه احترام به ارزش‌های جمعی و شأن تمامی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، به توفیق قابل توجهی دست یافته است. موضع انتقادی یونسکو خصوصاً در برابر تروریسم بین‌المللی و تعرض به جان و آزادی و امنیت انسان‌ها از نکات قابل ذکر این مجموعه جهانی است.

کمیته میراث جهانی

این کمیته در سال ۱۹۶۳ با تهیه موافقتنامه‌ای در نشست مصر برای حفظ آثار تمدنی

شکل گرفت. راه‌اندازی کمیته میراث فرهنگ جهانی و ثبت سایت‌های (آثار) فهرست میراث جهانی یونسکو، از بخش‌های عمده فعالیت سازمان است.

کرسی‌های یونسکو و دانشگاه‌های همزاد

فکر ایجاد یک طرح بین‌المللی برای تقویت همکاری‌های بین دانشگاهی، نخستین بار در چهل و یکمین کنفرانس بین‌المللی آموزش در ژنو در سال ۱۹۸۰ مطرح شد و در بیست و پنجمین اجلاس یونسکو در سال ۱۹۸۹ به تصویب رسید. بر این اساس، مدیر کل یونسکو، برنامهٔ دانشگاه‌های همزاد و کرسی یونسکو را که به وسیلهٔ کمیتهٔ آموزش عالی عنوان شده بود، ارائه کرد.

اسناد قانونی یونسکو

اسناد قانونی یونسکو، شامل توصیه‌نامه‌ها، کنوانسیون‌ها، بیانیه‌ها و منشورها در زمینه‌های مختلف آموزشی، علوم اجتماعی و انسانی، فرهنگی، ارتباطات و اطلاعات و دیگر موضوعات است که باعث نظم بخشیدن به فعالیت‌های این سازمان در جهان می‌شود.

کمیسیون‌های ملی

طبق ماده هفت اساسنامه یونسکو، برای ایجاد هماهنگی بین یونسکو و مؤسسات ذی‌ربط، کشورهای عضو موظف به ایجاد کمیسیون‌های ملی شدند. در حال حاضر، ۱۹۱ کمیسیون ملی یونسکو وجود دارد که در مجموعهٔ نظام ملل متحد بی‌نظیر است. در کمیسیون‌های ملی متفکران، دانشگاهیان و شخصیت‌های علمی فعالیت دارند و در تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه‌های یونسکو مشارکت می‌کنند. کمیسیون‌های ملی از طریق انتشار کتاب‌ها و اسناد یونسکو و برگزاری کنفرانس‌ها و تشکیل نمایشگاه، دیدگاه‌ها و برنامه‌های یونسکو را در کشور خود منعکس می‌کنند. بعلاوه، نقش مشورتی نیز دارند و دولت‌های متبوع خود را از برنامه‌های یونسکو مطلع می‌کنند و به این ترتیب، افکار و اندیشه‌های یونسکو را اشاعه می‌دهند.

تأسیس کمیسیون ملی یونسکو در کشورهای عضو

بر طبق مادهٔ هفت اساسنامهٔ سازمان، کشورهای عضو با توجه به شرایط و مقتضیات

خاص و به منظور مشارکت نهادهای علمی، آموزشی و فرهنگی ـ اخیراً ارتباطی و اطلاع‌رسانی ـ خود در برنامه‌ها و فعالیت‌های یونسکو یک کمیسیون ملی تشکیل می‌دهند که مرکز عمل کلیهٔ برنامه‌های سازمان و نماینده و معرف آن کشور در یونسکوست و وظیفهٔ اصلی برقراری ارتباط و هماهنگی بین یونسکو و سازمان‌ها و نهادهای علمی، آموزشی و فرهنگی داخلی را بر عهده دارند.

آیسیسکو

آیسیسکو[1] به عنوان یکی از مجامع علمی، فرهنگی و آموزشی، وظیفه مهمی در ایجاد تعامل فرهنگی و علمی بین کشورهای مسلمان بر عهده دارد. این سازمان که زاییده سازمان کنفرانس اسلامی است، می‌تواند نقطه روشنی در بسط و گسترش علم و فن‌آوری و فرهنگ در میان ملل مسلمان و شناساندن دستاوردهای آن به کشورهای غیر مسلمان باشد. ارتباط تنگاتنگ آن با مجامع دانشگاهی و صاحبان علم و اندیشه و بهره‌گیری از توان و ظرفیت دانشمندان و دانشگاهیان می‌تواند نقطه شروع رشد و تعالی و بالندگی روزافزون آن در عرصه بین‌المللی باشد. از سوی دیگر، کمیسیون ملی آیسیسکو در ایران نیز به عنوان نماینده این سازمان می‌بایست بیش از گذشته مورد توجه باشد، ورای یک سازمان اجرایی و دولتی به وظایف مصرح خود در اساسنامه و مقررات بپردازد و شورای علمی خود را متشکل از دانشمندان و اندیشمندان و جهاندیدگان قرار دهد تا جایگاه خود را هر چه بیش‌تر از گذشته بیابد و ترتیبی دهد تا پژوهشگران و اندیشمندان ایرانی بتوانند از مزایای آیسیسکو بیش‌تر بهره‌مند شوند.

تاریخچه

سازمان اسلامی، آموزشی، علمی و فرهنگی (آیسیسکو) پس از تصویب اساسنامه آن در یازدهمین اجلاس وزیران خارجه کشورهای عضو کنفرانس اسلامی در اسلام‌آباد در سال ۱۳۶۱ (ماه مه ۱۹۸۰) جهت هماهنگی و گسترش تعامل و همکاری‌های آموزشی، علمی و فرهنگی با الهام از اهداف و تعالیم عالیه اسلام میان

---

۱. با دخل و تصرف از سایت اینترنتی دبیرخانهٔ شورای عالی انقلاب فرهنگی (www.iranculture.org)

کشورهای اسلامی تأسیس شد. اساسنامه سازمان در سال ۱۹۸۲ به تصویب رسید و طی سال‌های ۱۹۸۶ تا ۱۹۹۷ در سه مرحله تصحیح بر روی آن انجام گرفت. هم‌اکنون ۵۱ کشور در این سازمان عضویت دارند و مجمع عمومی این سازمان در سال‌های ۱۹۸۲ تا ۲۰۰۲ در هشت مرحله تشکیل شده است.

اهداف سازمان عبارتند از:

۱. تقویت و ترغیب همکاری میان کشورهای عضو و تحکیم آن در زمینه‌های آموزش، علوم، فرهنگ و ارتباطات

۲. توسعه علوم کاربردی و استفاده از فن‌آوری پیشرفته در چارچوب آرمان‌ها و ارزش‌های جاودان و بلندمرتبه اسلامی

۳. تحکیم درک و تفاهم میان ملت‌های مسلمان و مشارکت در امور، دستیابی به صلح و امنیت جهانی به شیوه‌های گوناگون به‌ویژه آموزش، علوم، فرهنگ و ارتباطات

۴. حمایت از تکامل و ایجاد هماهنگی میان مؤسسات تخصصی سازمان کنفرانس اسلامی در زمینه آموزش، فرهنگ و ارتباطات و تحکیم همبستگی یکپارچه اسلامی در میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی

۵. مطرح کردن فرهنگ اسلامی به عنوان پایه و اساس برنامه‌ریزی آموزشی در کلیهٔ سطوح

۶. تحکیم فرهنگ اسلامی، حفظ استقلال اندیشه اسلامی در برابر تهاجم فرهنگی، عوامل انحراف، تخریب، پاسداری از خصوصیات بارز تمدن اسلامی

۷. پاسداری از هویت اسلامی مسلمانان در کشورهای غیر اسلامی

تشکیلات سازمان

۱. مجمع عمومی: مجمع عمومی آیسیسکو متشکل از نمایندگان کشورهای عضو سازمان اسلامی آیسیسکوست که از سوی دولت‌های کشورهای عضو تعیین می‌گردند که معمولاً وزرای آموزش، علوم، فرهنگ و ارتباطات شرکت می‌کنند. جلسات مجمع عمومی هر سه سال یک‌بار به طور منظم برگزار شده و در خصوص موارد ذیل می‌توان جلسه ویژه برگزار کرد:

ـ قطعنامه مجمع عمومی

ـ درخواست از سوی شورای اجرایی سازمان اسلامی آیسیسکو
ـ درخواست از سوی یک‌سوم اعضا
ـ یا درخواست از سوی دبیر کل سازمان اسلامی آیسیسکو، تصویب شده از سوی حداقل یک‌سوم اعضا

دبیرکل سازمان کنفرانس اسلامی، یا نماینده وی، حق شرکت در مجمع عمومی را دارند. همچنین نهادها یا مؤسسات وابسته به سازمان کنفرانس اسلامی نیز طبق قوانین مربوط به اعضای ناظر سازمان اسلامی آیسیسکو، حق شرکت در جلسات مجمع عمومی را خواهند داشت و همچنین وزرای آموزشی کشورهای عضو بعلاوه هیئت همراه که در حال حاضر ۵۱ کشور هستند، می‌توانند در این جلسات حضور یابند.

۲. شورای اجرایی: هماهنگ‌کننده و پیشنهاددهنده مسائل و برنامه‌های عمل سازمان به مدت سه سال است و هر سال یک‌بار با حضور نمایندگان کشورها و کمیسیون‌های ملی (در سطح مدیران و کارشناسان) تشکیل می‌شود. این شورا پیشرفت کارهای اجرایی، برنامه‌های آینده، بودجه و حق‌السهم اعضا را بررسی و پس از توافق، نتیجهٔ کار خود را برای تصویب نهایی به مجمع عمومی پیشنهاد می‌کند.

شورای اجرایی متشکل از یک نماینده از هر یک از دولت‌های عضو است.

۳. اداره کل (دبیرخانه): مسئولیت اداره کل آیسیسکو و تشکیلات اداری به عهده مدیر کل است که به انتخاب مجمع عمومی از میان نامزدهای کشورهای عضو برای یک دوره قابل تمدید سه ساله انتخاب می‌شود. وی مسئول و پاسخگوی عملکردها در برابر شورای اجرایی و مجمع عمومی است. مدیریت آیسیسکو از سال ۱۹۸۲ لغایت ۱۹۹۱ بر عهدهٔ پروفسور عبدالهادی ابوطالب و دکتر عبدالعزیز عثمان التویجری از عربستان سعودی از سال ۱۹۹۱ به بعد عهده‌دار مدیریت آیسیسکو بوده است.

مقر اصلی آیسیسکو در کشور مراکش (شهر رباط) است. سازمان می‌تواند بر اساس قطعنامه کنفرانس عمومی و پیشنهاد شورای اجرایی، مراکز، دفاتر یا مؤسساتی راکه وابسته به سازمان است در کشورهای عضو دایر کند که تا کنون این سازمان مبادرت به گشایش دو دفتر منطقه‌ای در شارجه (امارات متحده عربی) و تهران (دی ماه ۱۳۸۱) کرده است.

کشورهای عضو آیسیسکو

طبق مفاد منشور آیسیسکو، کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) پس از پذیرش منشور سازمان می‌توانند به عضویت آیسیسکو درآیند. همچنین کشورهایی که عضو سازمان کنفرانس اسلامی نیستند و در این سازمان به عنوان ناظر فعالیت ندارند، نمی‌توانند عضو سازمان آیسیسکو شوند. در حال حاضر ۵۱ کشور اسلامی عضو این سازمان هستند.

سازمان آیسیسکو دارای بخش‌های متفاوت از جمله موارد ذیل است:

بخش آموزش، بخش علوم، بخش فرهنگ و ارتباطات، بخش روابط و همکاری‌های بین‌المللی، مرکز اطلاعات و اسناد.

همکاری با سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای

سازمان اسلامی آیسیسکو بیش از ۱۳۱ توافقنامه همکاری با سازمان‌های اسلامی ـ عربی، بین‌المللی و منطقه‌ای منعقد کرده است که از جمله می‌توان سازمان ملل متحد، سازمان کنفرانس اسلامی، سازمان آموزشی، علمی ـ فرهنگی ملل متحد (یونسکو)، سازمان بهداشت جهانی، سازمان مالکیت معنوی جهانی و... را نام برد.

اساسنامه سازمان

وزرای امور خارجه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با برپایی نشست‌های پی‌درپی، اصل تأسیس یک سازمان تخصصی را در زمینه آموزش، علوم و فرهنگ پیشنهاد و مطرح کردند. این پیشنهاد به سومین اجلاس سران کنفرانس اسلامی که در ژانویه ۱۹۸۱ در طائف عربستان تشکیل شد، ارائه شد. این اجلاس نیز در پاسخ به آرمان‌های امت اسلام، تصمیم گرفت نهاد کارآمدی را با هدف تحکیم همبستگی، همکاری میان جوامع اسلامی در قالب اصول سعه صدر و ارزش‌های والای اسلام پایه‌ریزی کند. دولت‌های عضو این اساسنامه، با موارد ذیل، موافقت خود را نسبت به منشور سازمان اسلامی، آموزشی، علمی و فرهنگی (آیسیسکو) اعلام می‌دارند:

ـ با اعتقاد به اسلام به عنوان دین سعه صدر، فرهنگی سازنده، تمدنی انسانی و شیوه‌ای برای زندگی؛

ـ با تأکید بر این‌که اسلام به عنوان دین ارزش‌های معنوی، اخلاقی و فرهنگی و دین تمدن‌سازی که در ایجاد تمدن بشری و غنای آن بسیار حائز اهمیت است؛

ـ با توجه به اهمیتی که اسلام به دانش و فراگیری علوم قائل است؛

ـ با توجه به آرمان‌ها و آرزوهای قلبی امت مسلمان در دستیابی به همکاری، اتحاد و پیشرفت در قالب اصول رواداری اسلامی؛

ـ با تعهد به ارتقای آموزش، علوم و فرهنگ برای حصول تفاهم متقابل، تحکیم دوستی، برادری و گسترش صلح میان مردم جهان؛

ـ با تمایل به تحکیم گفتگوی ثمربخش میان فرهنگ‌ها برای دستیابی به همزیستی تمدن‌ها که ضامن احترام به هویت فرهنگی همه ملل خواهد بود؛

ـ با تصدیق اصول برابری، همبستگی و همیاری متقابل برای تحکیم همکاری و در نتیجه، توسعه آموزش، علوم، فن‌آوری، فرهنگ و ارتباطات به طرق مقتضی.

آیسیسکو نیز مانند یونسکو دارای کمیسیون ملی در کشورهای عضو است.

شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی (INCP)[۱]

هسته اولیه شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی (آی ان سی پی) در سال ۱۹۹۸ در جریان نشستی با حضور بیست وزیر فرهنگ از سراسر جهان در اوتاوای کانادا با هدف زمینه‌سازی برای اتخاذ سیاست‌های فرهنگی در سطح بین‌المللی از طریق ایجاد اجماع تشکیل می‌شود و این فرصت را به کشورهای عضو می‌دهد تا خود در صحنه سیاستگذاری فرهنگی جهانی مؤثر باشند. شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی در واقع جایگاه هم‌اندیشی بین‌المللی پیرامون سیاست‌های فرهنگی و تدوین راهبردهای مربوط به تنوع فرهنگی در جهان از طریق افزایش تحرک مردم، آزادسازی تجاری، تکنولوژی ارتباطی نو، یکپارچگی صنایع، اهمیت تنوع فرهنگی در درون و بین دولت‌ها و بررسی مسائل جدید و رو به ظهور سیاست فرهنگی است. اجلاس این نهاد فرهنگی، سالانه با حضور وزیران فرهنگ کشورهای عضو برگزار می‌شود. مقر این شبکه در کانادا است و هم‌اکنون ۶۹ کشور از سراسر جهان در آن عضو هستند.

---

۱. the International Network on Cultural Policy؛ با دخل و تصرف به نقل از سایت اینترنتی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (www.icro.ir)

اهداف INCP

هدف INCP تقویت سیاست‌های فرهنگی است تا دولت‌ها به همراه جامعه مدنی بتوانند محیطی بین‌المللی ایجاد کنند؛ محیطی که از طرق زیر برای تنوع، خلاقیت، در دسترس بودن و آزادی ارزش می‌گذارد:

ـ ارائه روش‌هایی که کشورها از طریق آن‌ها بتوانند با نیروی تخصصی خود مشارکت کنند، تبادل عقیده و اطلاعات داشته باشند و مشارکت‌های داخلی و بین‌المللی را تقویت کنند؛

ـ ایجاد آگاهی در باره اهمیت تنوع فرهنگی و هویت به منظور توسعه اجتماعی و اقتصادی؛

ـ آشکار ساختن ارتباط بین اهداف ملی فرهنگی و توسعه بین‌المللی؛

ـ ارتقای گفتگو در بارهٔ مسائل سیاست فرهنگی، با اطمینان دادن به این‌که در عرصه بین‌المللی، ملی و محلی «فرهنگ روی میز» است.

حوزهٔ فعالیت INCP

گروه تماس INCP: گروه تماس، کمیتهٔ گردانندهٔ INCP است و جهت سیاست‌های آن را مشخص می‌کند. این گروه همچنین موضوعات بحث شده در نشست‌های سالانه را گسترش می‌دهد، در باره فعالیت‌های در دست انجام تبادل‌نظر می‌کند و فعالیت‌های آینده INCP را توضیح می‌دهد. جلسات گروه تماس، هم در سطح مقامات و هم در سطح وزرا برگزار می‌شود.

گروه‌های کاری INCP و تیم‌های تحقیقی سیاست‌های ویژه

هر یک از کشورهای عضو INCP می‌توانند گروه کاری و یا تیم تحقیقی خود را به وجود آورند تا برای کار تخصصی روی موضوعات خاصی که اعضای INCP در اولویت قرار داده‌اند، محلی را فراهم کنند.

از کشورهای عضو INCP دعوت می‌شود تا متخصصان خود را به گروه‌های کاری اعزام و بدین ترتیب، به روند تحقیقات و بحث‌ها کمک کنند. آن‌ها همچنین می‌توانند میزبان برگزاری چنین نشست‌هایی باشند. تیم‌های تحقیقی سیاست‌های ویژه مشارکت تمام اعضا را می‌پذیرند.

نشست سالانه شبکه بین‌المللی سیاست فرهنگی با حضور وزرای فرهنگ کشورهای عضو و سازمان‌های بین‌دولتی یا بین‌المللی مثل یونسکو، کمیسیون اروپا، برنامه توسعه سازمان ملل، سازمان جهانی مالکیت فکری و شورای اروپا و... برگزار می‌شود.

تا کنون در نشست‌های سالانه وزرای فرهنگ INCP که در کشورهای مختلف برگزار شده است، مسائل و چالش‌های مربوط به حفظ و توسعهٔ فرهنگ‌های سنّتی در فرایند تجددسازی، کنوانسیون بین‌المللی گوناگونی فرهنگی، مسئله مالکیت رسانه‌ها، نقش رسانه‌های دولتی و گوناگونی فرهنگی در عصر جهانی‌شدن، نقش فرهنگ در توسعهٔ پایدار و مفهوم آزادی فرهنگی، الگوهای تأمین مالی بخش فرهنگ و بررسی سیاست‌های فرهنگی جدید و در حال اشاعه در جهان و نیز اجرایی کردن کنوانسیون‌ها و معاهدات در خصوص جامعه مدنی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

مؤسسه فرهنگی اکو[1]

یک مرکز فرهنگی منطقه‌ای است و مقر آن در تهران است و در چارچوب اکو، اهداف و برنامه‌های مشترک فرهنگی را طرح‌ریزی و اجرا می‌کند. هدف اصلی مؤسسه فرهنگی اکو، ارتقای همکاری و مشارکت نزدیک بین مردم منطقه و همکاری بین رسانه‌های گروهی، اندیشمندان، روشنفکران، هنرمندان و کلیه اقشار است که به نوعی در زمینهٔ میراث مشترک منطقه صاحب‌نظر و یا فعال هستند. تقویت مبادلات فرهنگی، برپایی نمایشگاه‌های هنری، برگزاری مسابقات ورزشی، برپایی سمینارها و کنگره‌های ادبی، انتشار آثار برتر منطقه، تقویت همکاری در زمینه باستان‌شناسی و معماری، گسترش زبان‌های رایج منطقه و... از جمله اهداف و برنامه‌های مورد نظر مؤسسه فرهنگی اکو است.

سازمان‌های منطقه‌ای

سازمان‌های منطقه‌ای، سازمان‌هایی هستند که در یک منطقه خاص از یک قاره

1. ECO Cultural Institute

به وجود می‌آیند و فقط کشورهای واقع در آن منطقه می‌توانند به عضویت آن درآیند. هدف این سازمان‌ها گسترش همکاری میان کشورهای همان منطقه است. از این سازمان‌ها، که غالباً از نوع اقتصادی هستند، در تمام قاره‌ها به وجود آمده‌اند، مانند: سازمان بنلوکس در اروپا میان کشورهای بلژیک، هلند، لوکزامبورگ؛ سازمان آسه‌آن در جنوب شرق آسیا، سازمان اکو در غرب آسیا، سازمان اکوواس در غرب آفریقا و سازمان سادک در جنوب آفریقا. البته «نهادینه‌شدن هر سازمان بین‌المللی به میزان پذیرش و مشارکت کشورها بستگی دارد.» (رضی‌خان، ۵۱۳:۱۳۸۶)

تاریخچهٔ سازمان اکو

این سازمان در سال ۱۳۴۳ با نام سازمان عمران منطقه‌ای یا RCD با عضویت کشورهای پاکستان، ایران و ترکیه تشکیل شد. فلسفه ایجاد سازمان را باید در شرایط سیاسی ـ اقتصادی موجود در کشورهای عضو در اولین سال‌های دهه ۱۹۶۰ جستجو کرد. از نظر شرایط اقتصادی، سه کشور مذکور در صدد اجرای طرح صنعتی کردن خود به شیوهٔ غربی بودند. محدودیت ذخایر ارضی، نیاز به اجرای طرح‌های صنعتی، دریافت تکنولوژی و سرانجام استفاده از امکانات رفاهی منطقه‌ای، از جمله دلایل به وجود آمدن اندیشه RCD در قالب یک سازمان همکاری چندجانبه بود.

علاوه بر این عوامل، داشتن علایق تاریخی، فرهنگی و سنتی مشترک میان سه کشور و قرار گرفتن در یک منطقه حساس و استراتژیک، ضرورت پیدایش یک چنین سازمانی را هر چه بیش‌تر آشکار ساخت.

سازمان همکاری اقتصادی[1] در اواسط دهه ۱۹۸۰ با شرکت پاکستان، ترکیه و جمهوری اسلامی ایران در قالبی نو آغاز به‌کار کرد. (همان:۵۱۱)

اعضای جدید

پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، تعدادی از جمهوری‌های تازه استقلال‌یافته شوروی و افغانستان تمایل خود را برای پیوستن به اکو ابراز داشتند و در آذر ۱۳۷۱ (نوامبر ۱۹۹۳) آذربایجان، افغانستان و پنج کشور آسیای مرکزی یعنی ترکمنستان،

---

1. Economic Cooperation Organization

ازبکستان، قرقیزستان، تاجیکستان و قزاقستان با امضای سند الحاق به «عهدنامه ازمیر» به عضویت دائم اکو در آمدند.

در حال حاضر، سازمان همکاری منطقه‌ای (اکو) دارای ده عضو است که عبارتند از: ایران، آذربایجان، ترکمنستان، پاکستان، قرقیزستان، قزاقستان، تاجیکستان، ازبکستان، ترکیه و افغانستان.

شکل‌گیری مؤسسهٔ فرهنگی اکو

مؤسسه فرهنگی آر.سی.دی (RCD) در خرداد ماه ۱۳۴۵(۱۹۶۶ م) با هدف تحقیقات نظام‌یافته در خصوص میراث مشترک فرهنگی منطقه تأسیس شد که دفتر سرپرستی آن در تهران و شعباتی از آن در پاکستان و ترکیه استقرار داشت، ولی این مؤسسه در سال ۱۳۶۲(۱۹۸۳ م) تعطیل شد و از آن پس برنامه‌های مبادله فرهنگی بین کشورهای عضو به میزان قابل توجهی کاهش یافت. (همان:۵۱۲ ـ ۵۱۳)

کشورهای عضو سازمان همکاری‌های اقتصادی (اکو)، مؤسسه فرهنگی سازمان همکاری‌های منطقه‌ای برای توسعه (RCD) را که به مدت هفده سال از ۱۳۴۵ تا ۱۳۶۲ هجری شمسی فعال بوده، در سال ۱۳۷۳ تحت عنوان «مؤسسهٔ فرهنگی اکو (ECI)» با هدف تحکیم پیوستگی‌های فرهنگی و روابط معنوی و برادرانه‌ای که مردم کشورهای عضو را از راه‌های اجتماعی و فرهنگی در فکر و عمل به یکدیگر پیوند می‌دهد، فعال کردند.[1]

بر اساس اساسنامه مؤسسه فرهنگی اکو، این سازمان به عنوان یکی از مؤسسات تخصصی سازمان همکاری‌های اقتصادی (ECO) تقویت شده و ارتقای همکاری‌های فرهنگی بین کشورهای عضو اکو را در دستور کار خود قرار داده است. پایگاه این مؤسسه در تهران قرار دارد و مدیریت امور آن بر عهده مدیر اجرایی است که با همکاری کارشناسان فرهنگی در حوزه‌های مختلف اداره می‌شود.

طبق اساسنامه، رئیس مؤسسه فرهنگی اکو برای یک دوره سه ساله از بین نامزدهای واجدالشرایط از کشورهای عضو با تصویب شورای وزیران اکو به این سمت منصوب می‌شود و طبق اساسنامه مذکور، مقر مؤسسه در تهران قرار دارد و شورای وزیران فرهنگی ده کشور عضو اکو هیئت امنای این مؤسسه هستند.

---

۱. ر.ک: اساسنامه مؤسسه فرهنگی اکو.

با در نظر گرفتن وجود مشترکات فرهنگی بین کشورهای عضو سازمان همکاری‌های اقتصادی و به منظور تقویت این ارتباطات، ECI در تلاش است باورها و عقاید مردم کشورهای منطقه را به سمت درک متقابل، انعطاف‌پذیری و انجام تلاش‌های جمعی و ایجاد اطمینان بین کشورها سوق بخشد.

مؤسسه فرهنگی اکو را می‌توان شاهراه ارتباطات فرهنگی کشورهای عضو ECO دانست که با هدف احیای ارزش‌های فرهنگی و معرفی تمدن غنی منطقه و حفظ میراث ادبی، هنری، فلسفی، تقویت روابط دوستی، حفظ میراث فرهنگی و هویت ملی با جمعیت چهارصد میلیونی کشورهای عضو اکو فعالیت می‌کند. (ضیایی، ۲:۱۳۸۶)

مرکز فرهنگی سازمان همکاری‌های اقتصادی ضمن ایجاد ارتباط بین مراکز مختلف فرهنگی کشورهای عضو و سازمان‌های جهانی در جهت معرفی فرهنگ غنی این کشورها و توسعه همکاری‌های فرهنگی بین کشورهای منطقه تلاش می‌کند.

وجود تجانس و پیوندهای فرهنگی مثل عید نوروز، زبان فارسی، ترکی و اردو، میراث ادبی مشترک، تاریخ مشترک هفت هزار ساله و احیای ارزشی معنوی و منزلت تاریخی منطقه، مذهب مشترک اسلام به عنوان دین اصلی و همجواری جغرافیایی از جمله مهم‌ترین عوامل همگرایی در میان کشورهای منطقه‌ای عضو اکو است. (رضی‌خان، ۵۱۴:۱۳۸۶ ـ ۵۱۵)

در این میان، جمهوری اسلامی ایران نقشی محوری در تقویت بنیان‌های اتحاد در مجموعه کشورهای عضو اکو بر عهده دارد. همپویی، همدلی، همریشگی و هم‌آوایی فرهنگ و هنر و تمدن ایرانی و اسلامی در بین این کشورها و همچنین سهم بسزایی که دانشمندان، فرهیختگان، هنرمندان و نویسندگان هر یک از این ده کشور در توسعه فرهنگ اسلامی و تاریخی مشترک داشته و دارند، باعث شده است که یک ابرقدرت بی‌بدیل فرهنگی در اکو نیز به تدریج پدید آید. (ضیایی، ۲:۱۳۸۶ ـ ۳)

سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو (ECO) و مؤسسه فرهنگی اکو (ECI)

مؤسسه فرهنگی اکو زیرمجموعهٔ سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو نیست و هیچ ارتباط تشکیلاتی با آن سازمان ندارد و مستقیماً مثل آن سازمان در برابر وزرای فرهنگی و خارجه دولت‌های ده‌گانه اکو مسئولیت دارد.

در واقع در کشورهای اکو دو سازمان مستقل وجود دارد که یکی اقتصادی و

دیگری فرهنگی است. بالطبع این دو سازمان باید با هم تعامل داشته و هماهنگ باشند ولی به هیچ وجه این به معنای کلی بودن یا جزئی بودن این دو نسبت به هم نیست. مؤسسه فرهنگی اکو دقیقاً مثل سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو وظیفه‌ای جز شناساندن امکانات کشورهای عضو برای همکاری‌های گسترده منطقه‌ای ندارد، با این تفاوت که امکانات فرهنگی را شناسایی و معرفی می‌کند.

تاریخ همیشه بیانگر این نکته بوده است که مرزهای جغرافیاییِ و پیمان‌های سیاسی قادر نیستند نیازهای طبیعی تبادل فرهنگی بین کشورهای منطقه را فراهم کنند. در همین رابطه ECI سعی در توسعه همکاری‌های فرهنگی بین کشورهای منطقه دارد، چراکه این امر خود می‌تواند زمینه‌ساز افزایش گفتگوهای سیاسی شود.

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی[1]

قبل از تشکیل سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در حدود دوازده سازمان و نهاد مختلف در خارج از کشور به فعالیت‌های فرهنگی مشغول بودند که جهت تمرکز امور تبلیغات در خارج از کشور در قالب سازمان واحد، اواخر سال ۱۳۷۴ پس از طی مراحل مختلف قانونی و تأیید اساسنامهٔ آن توسط مقام رهبری، رسماً تشکیل شد و از ابتدای سال ۱۳۷۵ بودجه و اعتبارات لازم در اختیار این سازمان قرار گرفت و مقرر شد بخش‌های فرهنگی وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی و امور خارجه و همچنین مجمع‌های جهانی اهل بیت(ع) و تقریب مذاهب اسلامی با کلیه امکانات مالی، پرسنلی و تجهیزاتی به این سازمان واگذار شود که اساسنامهٔ آن بدین شرح است:

اهداف و وظایف و اختیارات سازمانی

بر اساس مواد دو و سه اساسنامه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، اهداف و وظایف این سازمان به شرح زیر بیان شده است:

اهداف

۱. احیاء و گسترش تفکر و معارف اسلامی در جهان به منظور بیداری مسلمانان و ابلاغ پیام اسلام راستین به جهانیان

---

۱ با دخل و تصرف به نقل از سایت اینترنتی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (www.icro.ir).

۲. آگاهی جهانیان نسبت به مبانی و اهداف و مواضع انقلاب اسلامی و تبیین جایگاه آن برای مردم جهان
۳. گسترش مناسبات فرهنگی با ملل و اقوام مختلف به‌خصوص مسلمانان و مستضعفان جهان
۴. تقویت و تنظیم مناسبات فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها و سازمان‌های فرهنگی
۵. عرضهٔ صحیح فرهنگ و تمدن ایران و ویژگی‌های فرهنگی، جغرافیایی و تاریخی آن
۶. فراهم آمدن زمینه‌های وحدت میان مسلمانان و تشکیل جبههٔ واحد بر اساس اصول مسلم اسلامی
۷. مقابله فکری با فرهنگ ضد دینی، ضد اسلامی و ضد انقلابی و آگاه کردن مسلمانان نسبت به توطئه‌های تفرقه‌انگیز دشمنان و دفاع از حقوق مسلمانان
۸. رشد و ارتقا و اصلاح وضع فرهنگی، تبلیغی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مسلمانان به‌ویژه پیروان اهل بیت علیهم‌السلام در جهان

وظایف

الف) سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، هدایت، نظارت و هماهنگی:
۱. سیاستگذاری و هماهنگی کلیهٔ فعالیت‌های فرهنگی ـ تبلیغی در خارج از کشور
۲. هدایت، نظارت و پشتیبانی فعالیت‌های فرهنگی بخش غیر دولتی در خارج از کشور
۳. نظارت بر حسن اجرای موافقتنامه‌ها و برنامهٔ مبادلات فرهنگی، هنری و تبلیغی با سایر کشورها
۴. هدایت و حمایت مادی و معنوی از شخصیت‌ها، انجمن‌ها و تشکل‌های اسلامی و مردمی خارج از کشور و نظارت بر فعالیت‌های آنان
۵. برنامه‌ریزی فرهنگی و تبلیغی برای ایرانیان و علاقه‌مندان به فرهنگ و تمدن اسلامی و ایرانی در خارج از کشور
۶. تعیین ضوابط و مقررات ناظر بر تهیه و انتشار کتب، نشریات و سایر محصولات فرهنگی تبلیغی برای خارج از کشور و نظارت بر حسن اجرای آن

ب) مطالعاتی و تحقیقاتی:

۱. مطالعه و بررسی به منظور شناخت شیوه‌های مطلوب معرفی علوم، معارف، فرهنگ و تمدن اسلامی و ایرانی

۲. انجام مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین‌المللی و حمایت از پژوهش‌های اسلامی به‌ویژه در زمینه شناخت ادیان، فرق، فرهنگ ملل و ساختار جریان‌های فکری جوامع مختلف

۳. شناخت جمعیت‌ها، انجمن‌ها و شخصیت‌های فرهنگی و مذهبی به‌ویژه کشورهای اسلامی

ج) اجرایی:

۱. ایجاد زمینه و هماهنگی برای عقد موافقتنامه‌ها و قراردادهای لازم به منظور مبادلات فرهنگی، علمی، آموزشی، هنری، سینمایی، جهانگردی، خبری، مطبوعاتی، ورزشی و امدادی و در صورت ضرورت شرکت در جلسات سازمان‌های فرهنگی منطقه‌ای و بین‌المللی با همکاری دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط

۲. همکاری‌های فرهنگی و تبلیغی با مراکز اسلامی و فرهنگی سایر کشورها و سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی

۳. کمک به ایجاد و گسترش فعالیت‌های حوزوی و دانشگاهی در خارج از کشور

۴. ایجاد، توسعه و ادارهٔ کلیهٔ امور نمایندگی‌های فرهنگی ایران و مراکز اسلامی و فرهنگی وابسته به جمهوری اسلامی در خارج و تعیین نمایندگان فرهنگی و تبلیغی و نظارت بر اجرای وظایف آن‌ها

۵. گزینش، آموزش، سازماندهی و اعزام مبلغ و مربی دینی به خارج از کشور

۶. برگزاری گردهمایی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های فرهنگی و تبلیغی و مراسم عمومی در خارج از کشور

۷. اشاعه و گسترش زبان و ادبیات فارسی و تقویت کرسی‌های زبان فارسی

۸. تألیف، ترجمه و انتشار کتب و نشریات مناسب به منظور معرفی علوم، معارف، فرهنگ و تمدن اسلامی و ایرانی و تبادل فرهنگی با سایر کشورها

طبق ماده شش اساسنامه و تنفیذ آن از سوی مقام رهبری، آن بخش از اختیارات، وظایف و امکانات انسانی و مادی و اعتبارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت امور خارجه و سازمان تبلیغات اسلامی که به فعالیت‌های فرهنگی ـ تبلیغی

در خارج ازکشور مربوط است، به سازمان منتقل می‌شود و هیچ یک از دستگاه‌های دولتی یا سازمان‌هایی که از کمک‌های دولت استفاده می‌کنند، رأساً مجاز به انجام فعالیت فرهنگی ـ تبلیغی در خارج ازکشور نیستند.

بر اساس تبصره یک ذیل این ماده، کلیه نهادها و مؤسسات غیر دولتی مکلفند فعالیت‌های فرهنگی ـ تبلیغی خود در خارج ازکشور را با هماهنگی سازمان به انجام برسانند.

همچنین تبصره دو ذیل همین ماده تصریح می‌کند که: «سازمان می‌تواند در صورت ضرورت و با تصویب شورای عالی، بخشی از فعالیت‌ها و امور اجرایی خود در خارج ازکشور را به سایر دستگاه‌ها و نهادها واگذار نماید.»

بر اساس ماده ده اساسنامه، سازمان شورای عالی مرکب از یازده نفر با حکم مقام معظم رهبری منصوب می‌شوند: سه نفر از شخصیت‌های علمی و فرهنگی به انتخاب رهبری، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (رئیس شورا)، وزیر امور خارجه، رئیس سازمان صدا و سیما، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی، دبیرکل مجمع جهانی اهل بیت(ع)، دبیرکل تقریب مذاهب اسلامی، معاون بین‌الملل دفتر رهبری و رئیس سازمان.

رئیس این سازمان بر اساس رأی اکثریت شورای عالی انتخاب و با تأیید رهبر انقلاب و حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (رئیس شورا) منصوب می‌شود.

بررسی و تبیین سیاست‌ها و راهبردهای کلی حاکم بر امور و فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی خارج ازکشور، بررسی و تصویب طرح‌ها و برنامه‌های بلندمدت و میان‌مدت و نظارت بر حسن اجرای سیاست‌ها و عملکرد و فعالیت‌های این سازمان از مهم‌ترین اختیارات و وظایف شورای عالی است.

وضعیت فعالیت‌های بین‌المللی

کشورهای دارای نمایندگی فرهنگی تحت عنوان رایزنی‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سراسر جهان عبارتند از: قزاقستان، نخجوان، بنگلادش، ترکیه، جمهوری آذربایجان، هند، پاکستان، لبنان، غنا، انگلستان، آلمان، بوسنی، اتریش، ایتالیا، روسیه، قطر، ارمنستان، فیلیپین، ترکمنستان، تاجیکستان، کنیا، تانزانیا، زیمبابوه، سوریه، نیجریه، امارات متحده عربی، یونان، آلبانی، فرانسه، کانادا، اسپانیا، ازبکستان، اوگاندا، اتیوپی، آفریقای جنوبی، چین، تایلند، سری‌لانکا،

یوگسلاوی، سوئد، مجارستان، بلغارستان، اندونزی و استرالیا. سازمان در سایر کشورها فاقد نمایندگی است و حسب ضرورت فعالیت‌های فرهنگی و دینی از طریق سفارتخانه‌ها انجام می‌شود.

هر یک از نهادهای این سازمان به نوبه خود اهداف و فعالیت‌هایی دارند که بر اساس وظایف به فعالیت‌های خود ادامه می‌دهند. حال به معرفی اجمالی هر یک از این واحدها و نهادها می‌پردازیم:

۱. مجمع جهانی اهل بیت(ع)

این مجمع به منظور تبیین و شناساندن فرهنگ و سیره اهل بیت(ع) و رسیدگی و ساماندهی و هماهنگی مسائل مربوط به شیعیان در سراسر جهان، تشکیل شده است.

اهداف:

ـ شناسایی و جمع‌آوری آمار و اطلاعات مورد نیاز پیرامون وضعیت حقوقی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شیعیان.

ـ شناسایی و برقراری ارتباط با حقوقدانان شیعه و بهره‌وری از توانایی و ارتباط با آنان.

ـ ارائه آموزش‌های مورد نیاز در زمینه حقوقی فردی و جمعی به منظور احقاق حق از راه‌های قانونی.

تشکیل سمینارها و کنفرانس‌های علمی و اجرایی به منظور هماهنگ ساختن نظرات و تبادل امکانات شیعیان در زمینه‌های مختلف.

ـ همکاری با سازمان‌های رسمی و حضور در مجامع بین‌المللی به منظور تبیین جایگاه اجتماعی شیعیان.

ـ تبیین و شناساندن فرهنگ و سیره اهل بیت(ع) در زمینه مسائل حقوقی.

ـ احیاء و گسترش فرهنگ و معارف اسلام ناب محمدی(ص) و دفاع از حریم قرآن کریم و سنت پیامبر اکرم و اهل بیت(ع).

ـ کمک به رشد و ارتقا و اصلاح وضعیت فرهنگی، تبلیغی، سیاسی و اجتماعی و اهل بیت(ع).

تشکیلات سازمانی:

ـ مجمع عمومی با مسئولیت سیاستگذاری کلان و نظارت بر عملکرد مجمع.

ـ شوراهای ویژه تصویب سیاست‌ها و برنامه‌های عملیاتی، بودجه و نظارت بر اجرای مصوبات.

ـ دبیرکل، قائم مقام و معاونت‌های اجرایی، بین‌المللی و فرهنگی به منظور اجرای اقدامات و فعالیت‌ها.

ـ مجمع الفقه، دفتر فرق شیعی، سازمان دفاع از حقوق شیعیان و مرکز مطالعات و تحقیقات شیعه‌شناسی از جمله واحدهای مرتبط با این مجمع است.

چاپ و نشر و توزیع مجلات به زبان‌های عربی، انگلیسی، ترکی، فرانسوی، اردو و اسپانیولی، برگزاری اردوهای آموزشی، راه‌اندازی دانشگاه اهل بیت(ع) و حمایت از مجامع منطقه‌ای و محلی تابعه در کشورهای مختلف از مهم‌ترین اقدامات اجرایی این مجمع است.

۲. مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی

مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی با هدف ایجاد آشنایی و تفاهم بین علما و متفکران مذهبی جهان اسلامی در زمینه‌های اقتصادی، فقهی، اجتماعی و سیاسی و هماهنگی و تشکیل جبهه واحد بر اساس اصول مسلم اسلامی در برابر توطئه‌های خارجی و اشاعه تفکر تقریب بین توده‌های مسلمانان تشکیل شده است و از طریق فعالیت‌های مختلف پژوهشی، آموزشی، تبلیغاتی، فرهنگی و هنری در جهت تحقق اهداف فوق فعالیت می‌کند و از جمله مجامع وابسته به سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی است.

مهم‌ترین فعالیت‌های این مجمع در سال ۱۳۷۸، تحقیق و تألیف مجموعه‌ای از مباحث فقهی و کلامی، برگزاری همایش‌هایی با عناوین مرتبط با اهداف، مبادله هیئت فرهنگی و اعزام هیئت‌های رسمی به مناطق اهل تسنن و چاپ و نشر مجموعه‌ای از کتب و مجلات علمی و فقهی بوده است.

هماهنگ کردن فعالیت‌های مجمع با مرکز جهانی علوم اسلامی و فعالیت‌های ویژه اهل تسنن که توسط سازمان اوقاف و امور خیریه انجام می‌شود، از موضوعات حائز اهمیت است و نوعاً مشارکت و همکاری بین مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی و مجمع جهانی اهل بیت(ع) می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای کیفی فعالیت‌ها داشته باشد.

به منظور تحقق اهداف پژوهشی، آموزشی و علمی مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، دانشگاه مذاهب اسلامی تشکیل شده است.

تبادل فرهنگی در چارچوب سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور به عنوان بخشی از اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران که طی جلسات متعدد مورد بحث و بررسی قرار گرفت و نهایتاً در جلسه شماره ۲۸۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۷۱/۵/۲۰ به تصویب نهایی رسید، به شرح زیر است:

۱. ایجاد و تحکیم ارتباط میان فرهنگستان‌های جمهوری اسلامی ایران با فرهنگستان‌های سایر کشورها و گسترش انجمن‌های فرهنگی در ارتباط با سایر کشورها و تأسیس و تقویت مراکزی مانند رایزنی فرهنگی، دانشگاه بین‌المللی اسلامی و مرکز تحقیقات فرهنگی بین‌المللی.

۲. استفاده از مراکز علمی و فرهنگی غیر رسمی و فعال در خارج با بهره‌گیری از تجارب نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در کشورهای دیگر و تأمین حضور فعال و مؤثر جمهوری اسلامی ایران در صحنه‌های فرهنگی جهان به‌ویژه حج و مکان‌های مذهبی و افزایش تولیدات فرهنگی و هنری برای خارج از کشور.

۳. ارسال گروه‌ها، مواد و امکانات فرهنگی و هنری برای نقاط مختلف جهان و تجهیز نمایندگی‌های فرهنگی ایران در جهت گسترش و افزایش حضور فرهنگی، هنری، تبلیغی، خبری و مطبوعاتی جمهوری اسلامی ایران در صحنه بین‌المللی.

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به عنوان تنها متولی فعالیت‌های فرهنگی ایران در خارج از کشور، هم‌اکنون با داشتن ۸۳ موافقتنامه فرهنگی و ۵۱ تفاهمنامه فرهنگی با ۱۳۴ کشور جهان، بستر هر گونه فعالیت‌های فرهنگی بین جمهوری اسلامی ایران با دیگر کشورها را فراهم می‌کند.

ایجاد زمینه‌های همکاری در عرصه‌های فرهنگی و هنری با دول و مردم به عهده رایزنی‌های فرهنگی در خارج از کشور است. برقراری ارتباط با ایرانیان مقیم و تلاش برای حل معضلات فرهنگی آنان، برگزاری مراسم‌های ملی و مذهبی با هدف ایجاد اخوت و آشنایی و ارتباط خانواده‌ها با یکدیگر، برقراری ارتباط با شخصیت‌ها و

مراکز فرهنگی ایران و کشورهای دیگر، تبادل اطلاعات فکری و فرهنگی، آموزش زبان فارسی، انجام پژوهش‌های مورد توافق، زمینه مشترکات فرهنگی و تاریخی و برگزاری سمینارهای مختلف در زمینه‌های مورد توافق، بزرگداشت شاعران و نویسندگان بزرگ ایرانی، برگزاری نمایشگاه‌های مختلف فرهنگی و هنری، برگزاری هفته‌های فیلم و فرهنگی، راهنمایی دانشجویان علاقه‌مند به ادامه تحصیل در ایران و... از جمله مواردی هستند که رایزنی‌های فرهنگی به انجام آن‌ها مبادرت می‌ورزند.

رایزنی‌های فرهنگی به طور معمول شامل واحدهایی مثل مدیریت رایزنی، خانه فرهنگ، مرکز آموزش، کتابخانه، مرکز تحقیقات و... هستند.

مدیریت فرهنگی اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور را مدیریت می‌کند. این مدیریت بر اساس اهداف، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی از قبل تعیین شده در ستاد، برنامه‌های فرهنگی را به اجرا در می‌آورد.

با توجه به حساسیت کار فرهنگی تبلیغی در خارج از کشور و ضرورت انتخاب شخصیت‌های علمی و فرهنگی که توانایی لازم را برای انجام این وظیفه خطیر داشته باشند، احراز شرایط زیر برای نمایندگان فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور ضروری است: التزام عملی به اسلام و ولایت فقیه، برخورداری از حسن شهرت و عدم سوء سابقه سیاسی، دارا بودن مدرک حداقل کارشناسی ارشد در یکی از رشته‌های علوم انسانی و معادل آن برای روحانیون، تسلط کامل به یک زبان خارجی ترجیحاً زبان محل مأموریت، آشنایی با فرهنگ و تمدن ایران و اسلام و کشور میزبان، برخورداری از تجربه مدیریتی و توانایی اداره امور و استخدام رسمی دولت از جمله شرایط احراز پست رایزن فرهنگی و برای احراز معاون رایزنی همه این موارد با مدرک کارشناسی است.

اشاعه ارتباطات فرهنگی از طریق انتشار کتاب، وسایل ارتباط جمعی، فیلم (سینما و تئاتر)، توسعه هنرها، خدمات کتابخانه‌ای، تقویت موزه‌ها، انجمن‌ها، موسیقی، آموزش‌های هنری، مراکز فرهنگی کودکان، نوجوانان و زنان، خانه‌های فرهنگ، بورس‌های تحصیلی دولتی و صنایع دستی امکانپذیر است. تولیدات مشترک محصولات سینمایی و ترجمه فیلم‌های ایرانی به زبان‌های دیگر نیز از عوامل دیگر ارتباط و تثبیت روابط فرهنگی است. (سعادتی، ۱۳۸۳:۴)

تبادلات فرهنگی

«تبادلات فرهنگی بخشی از روابط خارجی میان ملت‌ها را می‌سازد، به‌ویژه اگر ملتی دارای هویت کهن و پیشینه فرهنگی قوی باشد، با حضور فعال در عرصه‌های فرهنگی در سایر ملل، زمینه مناسبی برای معرفی جلوه‌های فرهنگی خواهد یافت.» (طبرسا، ۱۳۸۲:۱۲۵)

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با مجموعه نمایندگی‌های کشورمان در خارج از کشور با برگزاری سمینار، اجلاس و میزگرد با رهبران ادیان با موضوعات مختلف مذهبی، علمی و فرهنگی با هدف تبیین فرهنگ و تمدن اسلامی ایرانی، ایجاد و حفظ ارتباط با محافل و مجامع اسلامی، علمی و بین‌المللی فرهنگی و گرامیداشت مفاخر و مشاهیر فرهنگی و اسلامی در فراسوی مرزها، مبادله هیئت‌های علمی و فرهنگی مانند ارتباط با انجمن‌ها و شخصیت‌ها و نخبگان فرهنگی و هنرمندان، برگزاری مناسبت‌ها و جشنواره‌های اسلامی، انقلابی و ایرانی و هفته‌های فرهنگی، برگزاری نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری، پشتیبانی از مؤسسات و شخصیت‌های فرهنگی و دینی در خارج، ایجاد و تقویت شبکه‌های اطلاع‌رسانی (سایت‌های پرتال سازمان)، تأسیس و راه‌اندازی انجمن‌های دوستی و اتاق‌های ایران در دانشگاه‌های جهان، گسترش زبان و ادبیات فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی از طریق تأسیس یا حمایت از کرسی‌های مختلف در دانشگاه‌ها و مرکز آموزش و برگزاری دوره‌ها، ترجمه و چاپ کتاب، مجلات و ویژه‌نامه‌ها و حمایت از بورس‌ها و تحقیقات مختلف در راستای اهداف سازمان، تهیه و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی از شبکه‌های مختلف در جهان و بسترسازی برای حضور نهادهای مختلف فرهنگی کشورمان در موضوعات مرتبط در سراسر جهان برای حضور توانمند فرهنگی کشورمان، تبادلات فرهنگی یا به عبارتی دیپلماسی فرهنگی و دینی کشورمان را دنبال می‌کند.

اکثر رایزنان فرهنگی معتقدند پرداختن به محورهای پژوهشی، انتشاراتی، ارتباطاتی، رسانه‌ای، نمایشگاه‌ها، برگزاری همایش‌ها، نیروی انسانی متخصص، بودجه و امکانات ممکن است در ارتقای کمّی و کیفی مؤثر باشد و به عنوان یک الگوی مطلوب تلقی شود و با رفع ضعف و موانع و با تقویت نقطه قوت می‌توان به آن الگوهای مطلوب دست یافت. (محتشم، ۱۳۸۰:۲)

در انجام فعالیت‌های فرهنگی بایستی از تمام الگوهای فعالیت‌های فرهنگی استفاده کرد و به‌خصوص تشخیص داد که کدام فعالیت‌ها مؤثرترند، نه این‌که بر اساس سلایق خود بیش‌تر به فعالیت‌های فرهنگی و دینی پرداخت که خود ایجاد مسئله می‌کند و زمینه را برای عدم پذیرش منطقه مورد نظر فراهم می‌سازد. آفت ارتباطات بین‌المللی، اعمال نظر سلیقه‌ای است و بایستی درکوتاه‌مدت جلوی آن گرفته شود و نیازمند تدابیر مناسب است و جا دارد حاصل تفکر جمعی و برنامه‌ریزی کشوری باشد. (یوسفی، ۱۳۸۰ و ۱۴۶:۱۳۸۱)

توجه به فعالیت‌های فرهنگی ـ دینی و فرهنگی ـ سیاسی نباید به شکل افراطی باشد و به زمینه‌های فرهنگی دیگر کم‌توجهی شود، باید توازن بین این فعالیت‌ها ایجاد شود. (همان:۱۴۵)

توسعهٔ آموزشگاه‌ها و دانش‌افزایی

آموزش دانش و مهارت‌های علمی، فرهنگی، هنری و دینی یکی از راه‌های ترویج و اعتلای فرهنگ و هنر، و نیل به آن منوط به توسعه نظام آموزش‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت است. فعالیت آموزشگاه‌های ایجاد شده توسط مدیریت فرهنگی (رایزنی فرهنگی) که بر اساس توافقنامه‌ها و تفاهمنامه‌های بین دو کشور صورت می‌گیرد، از دو جهت مهم است؛ اول این‌که، این‌گونه آموزشگاه‌ها ضمن پرورش استعدادهای علمی و فرهنگی، به انتقال سیاست‌های فرهنگی همچون گسترش زبان فارسی، ترویج فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی می‌پردازد و دوم این‌که با هزینه‌های مردم کشور میزبان اداره می‌شود. در این آموزشگاه‌ها باید رشته‌های علمی، فرهنگی و مذهبی مورد نیاز و همراه با ذائقه قشر جوان و نوجوان که بیش‌ترین مخاطبان این آموزشگاه‌ها هستند، صورت پذیرد.

حضور شخصیت‌ها و هنرمندان در عرصه‌های بین‌المللی فرهنگی

لزوم تماس فرهنگی را باید در کلیت فرهنگ‌ها، که در نظامی درهم بافته‌اند، یافت. عناصر هر فرهنگ در تماس با عناصر فرهنگ‌های دیگر بی‌تغییر نمی‌ماند و زمینه را برای دگرگونی‌های فرهنگی فراهم می‌کند و در این میان، فعالیت نخبگان و

شخصیت‌های فرهنگی در عرصه‌های بین‌المللی، خود وسیله‌ای برای بسترسازی هر چه بیش‌تر تماس‌های فرهنگی است و تغییری که بر اثر تماس فرهنگی پدید می‌آید، همان فرایند فرهنگ‌پذیری است که می‌تواند ابعاد مثبتی هم در پی داشته باشد و به دگرگونی فرهنگی بینجامد.

بنابراین، در خصوص مزیت اصلی حضور شخصیت‌های فرهنگی در عرصه‌های بین‌المللی برای بخش فرهنگ و هنر کشورمان می‌توان گفت: هر چقدر نخبگان و مهره‌های فرهنگی جامعه ما با اجزا و عناصر موجود فرهنگی در ابعاد مختلف آن آگاه باشند و در تحولات جاری کشور سهیم و دخیل گردند، به نحوی که بتوانند امور فرهنگی را در مسیر واقعی خود هدایت کنند و به عبارتی، به نوعی با فضای فرهنگی جامعه آشنا باشند، به همان میزان هنگام حضور در عرصه‌های بین‌المللی بهتر می‌توانند محصولات فرهنگی را به نوعی ایرانیزه، و آن‌ها را با توجه به تمدن چندین هزار ساله ایرانی معرفی کنند. تنها در این صورت است که می‌توانیم امیدوار باشیم در درون خود جامعه نیز، هدایت فرهنگی مناسبی صورت می‌گیرد. یکی دیگر از مزایای چنین حضوری رفع ایماژهای غلطی است که نسبت به فرهنگ ایرانی در خارج از کشور وجود دارد. (طهماسبی، ۱۳۸۳:۱۰)

گفتگوهای بین ادیان

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی بر حسب وظایف در راستای دیپلماسی دینی، گفتگوها و نشست‌هایی برای ایجاد و فراهم کردن بستر زندگی مسالمت‌آمیز و گسترش آن بین پیروان ادیان الهی و کمک به صلح جهانی با رهبران و اندیشمندان مختلف ادیان و مکاتب در جهان برگزار می‌کند.

فعالیت‌های هنری

یکی از راه‌های گسترش فرهنگ و هنر تمدن ایرانی و اسلامی در آن سوی مرزها، معرفی آثار و تولیدات هنری و اجرای برنامه هنری مانند نمایش، موسیقی، فیلم و... در خارج از کشور است. محصولات و تولیدات هنری می‌بایست با فرهنگ، هنر، ادبیات، مذهب، وضعیت اجتماعی و سیاسی کشور میزبان تضاد نداشته باشد و با

سیاست‌های اعلامی از سوی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی همخوانی داشته باشد.

موسیقی

موسیقی هنری کهن، غنی و الهام‌بخش از تمدن ایرانی است و جزئی تفکیک‌ناپذیر از فرهنگ و هنر این مرز و بوم را تشکیل می‌داده است. موسیقی ایرانی در عین حال که از موسیقی کلاسیک غرب و موسیقی کشورهای اطراف جمهوری اسلامی ایران تأثیر پذیرفته، لیکن همچنان هویت و استقلال خود را حفظ کرده است. این امر جایگاه ویژهٔ موسیقی ایران را در میان موسیقی ملل به عنوان یکی از عناصر فرهنگی هویت ایرانی تبیین می‌کند. به همین لحاظ اعتلای موسیقی ایرانی و اشاعه آن به کشورها و فرهنگ‌های دیگر از پایه‌های اصل ترویج فرهنگ و هنر ایرانی محسوب می‌شود. (طبرسا، ۱۴۲:۱۳۸۲)

نمایش و فیلم

هنر نمایش و فیلم یکی از جلوه‌های دیرینه هنر و یکی از شیوه‌های متداول مطلوب و فراگیر برای بیان احساسات، اندیشه‌ها، ایده‌آل‌ها و ارزش‌ها، افسوس‌ها، غم‌ها و شادی‌ها، دشمنی‌ها و دوستی‌های بشر است و بدین ترتیب می‌توان گفت هنر نمایش و فیلم زنده‌ترین و پویاترین هنر در زمینه ارتباط با مردم است.

جشنواره‌ها و همایش‌های فرهنگی و هنری

جشنواره‌ها و همایش‌های فرهنگی و هنری فرصتی است برای آشنایی و تعامل فکری هنرمندان و صاحبان اندیشه و فرهنگ که بتوانند ضمن معرفی اندیشه‌ها و دانش خود به اعتلای فرهنگی ـ هنری کشور میزبان نیز خدمت بسزایی کرده باشند.

نمایشگاه‌ها

نمایشگاه‌های فرهنگی ـ هنری فضاهایی هستند که هنرمندان در آن آثار خود را در معرض دید، بررسی و نقد مخاطبان که عمدتاً از صاحب‌نظران فرهنگ و هنر هستند، قرار می‌دهند. نمایشگاه‌ها همچنین ناقدان و سفیران خوبی بدون ایجاد حساسیت در کشور میزبان هستند.

رسانه‌ها

یکی از راه‌های ارتباط‌گیری از طریق رسانه‌های مکتوب و غیر مکتوب است. در رسانه‌های مکتوب همچون مطبوعات (هفته‌نامه، ماهنامه، سالنامه، ویژه‌نامه، فصلنامه، روزنامه و با زمینه‌های فرهنگی، ادبی، هنری، تاریخی، ورزشی و...) و کتاب مطالبی پیرامون مذهب، همچون احکام اسلامی، قرآن کریم، روش و سیره ائمه معصومین(ع) و... مسائل ملی همچون انقلاب اسلامی، اندیشه‌های امام خمینی(ره) با محتوای آموزشی و بر مبنای اهداف انقلاب اسلامی برای مخاطبان عرضه می‌شود. در رسانه‌های غیر مکتوب همچون اینترنت، رادیو و تلویزیون با زحمت کم‌تری می‌توان مخاطب پیدا کرده، ولی می‌بایست بر حسب نیازمندی مخاطب و با توجه به علوم و فنون روز، نسبت به انتقال سیاست‌های فرهنگی و اعتمادسازی در مردم و مسئولان کشور میزبان اقدام نمود، در نتیجه بهره‌گیری از این پتانسیل بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

مخاطبان فعالیت‌های فرهنگی

یکی از هدف‌های فعالیت‌های فرهنگی و هنری در خارج از کشور جلب نظر و توجه مخاطبان است. هنگامی می‌توان از موفقیت یا عدم موفقیت فعالیت‌های فرهنگی، هنری و مذهبی سخن به میان آورد که مخاطبان بیش‌تری از همه اقشار مردم را جذب کند.

فعالیت‌های فرهنگی و هنری باید همهٔ اقشار جامعه از کودکان، نوجوانان، جوانان، بزرگسالان و کهنسالان اعم از زنان و مردان را دربرگیرد و ضمن تقسیم‌بندی هر کدام از این گروه‌ها مثلاً باسواد و بی‌سواد و بر مبنای نیاز، روحیات و توانمندی‌ها به ارائه محصول بپردازد.

برنامه‌های فرهنگی یا تبلیغی[1]

شباهت‌های بسیار زیادی بین نوع و نحوه ارائه برنامه‌های فرهنگی با فعالیت‌های تبلیغی است، ولی اولین قدم اساسی در شناخت تفاوت‌های این دو مقوله و تفکیک آن‌ها باید در ابتدای تدوین و ارائه طرح فرهنگی صورت گیرد.

---

۱ ر.ک: فرهاد بخشنده و مجید محسنی، اصول طراحی برنامه‌های فرهنگی، تهران، چوگان، ۱۳۷۷، صص ۱۲ ـ ۲۲.

مهم‌ترین تفاوت در این دو نوع برنامه را باید در اهداف آن‌ها جستجو کرد: فعالیت‌های تبلیغاتی به منظور آشنا ساختن مخاطبان با موضوع مورد نظر ارائه می‌شود، جنبه اطلاع‌رسانی، هشدار، آگاهی، تذکر و اعلام را دربرمی‌گیرد، ولی هدف از ارائه برنامه‌های فرهنگی، رساندن مخاطبان به جایگاه خاص و مشخص است که از قبل برنامه‌ریزی شده است. در برنامه‌های فرهنگی ایجاد نگرش عمیق و بلندمدت در مخاطب، مورد نظر است ولی در فعالیت تبلیغی ارائه دانش و اطلاعات با جذابیت ظاهری و کوتاه‌مدت مورد نظر است. فعالیت فرهنگی به منظور هدایت ولی تبلیغی ارائه راهنمایی است و در واقع فعالیت‌های تبلیغی مقدمه و برنامه‌های فرهنگی متن حرکت‌های رشددهنده و تعالی‌بخش یک مجموعه است. برنامه تبلیغی زمینه‌ساز، دارای ارزشیابی مقطعی، عدم توجه لازم به مخاطب و دارای ارزش‌های سطحی است، حال آن‌که برنامه فرهنگی دارای محتوای اصلی، ارزشیابی مستمر، توجه دقیق به مخاطب و ارزش‌های عمیق است. برنامه‌های فرهنگی میان‌مدت یا بلندمدت، با اثری پایدارتر و با در نظرگرفتن تمام جوانب مثبت و منفی و بر اساس نیازسنجی از جامعه و احساس مسئولیت نسبت به رشد فرهنگ جامعه صورت می‌گیرد و به صورت مستمر در طول تاریخ حیاط یک ملت تکامل یافته و مردم را متکامل می‌سازد. فعالیت‌های تبلیغی بدون استثنا کوتاه‌مدت، با تأثیر محدود و بدون در نظرگرفتن تمام جوانب فعالیت یا مخاطب است و تحت تسلط زمان است. برنامه تبلیغی به جنبه ظاهری و بیرونی می‌پردازد، در حالی که برنامه فرهنگی به محتوای ارزشی و بیان پیچیدگی‌های درونی و به باطن موضوع می‌پردازد.

الگوهایی برای تبادل فرهنگی

آنچه در خصوص اهمیت، ضرورت، محدودیت و... تبادل فرهنگی لازم بود در فصل اول کتاب به طور مفصل گفته شد، به همین دلیل این‌جا با رویکرد عملی به طراحی فرضی دو الگو و مدل برای تبادل فرهنگی مؤثر با سایر کشورها می‌پردازیم:

الف) الگویی برای تبادل فرهنگی از طریق ارتباطات رسمی

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با مجموعه رایزنی فرهنگی کشورمان در خارج می‌تواند در سه محور و بر اساس توافقنامه‌ها و تفاهمنامه‌های فرهنگی با بهره‌گیری

از ظرفیت‌های روابط رسمی، ارتباط با سرشناسان، صاحب‌نظران و انجمن‌های فرهنگی در حوزه‌های مختلف اسلام‌شناسی، ایران‌شناسی، زبان فارسی، موضوعات فرهنگی، علمی، دینی به فعالیت بپردازد و در محور سوم با فعالیت‌های رسانه‌ای، نمایشگاهی، انتشاراتی در سطح افکار عمومی فعالیت‌های خود را ساماندهی کند که می‌توان از آن به عنوان «الگوی تبادل فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» در سایر کشورها بهره جست.

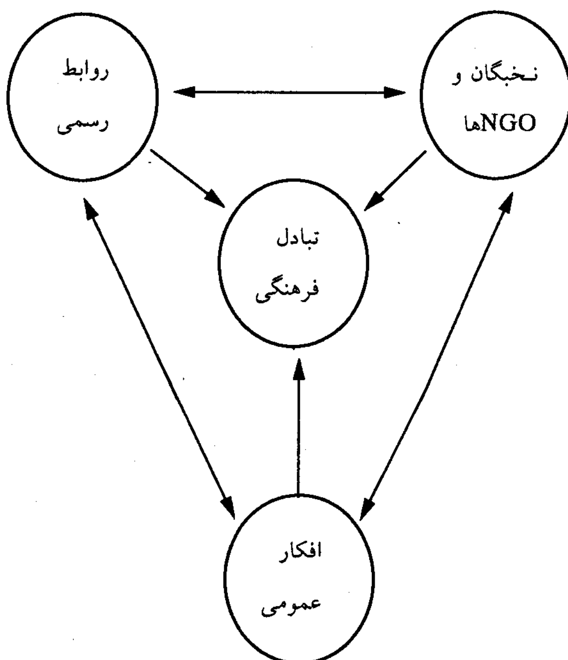
در توضیح این الگو می‌توان گفت در محور اول یعنی روابط رسمی باید از فرصت‌های به وجود آمده در ارتباط با دولت‌ها، مقامات و مسئولان فرهنگی و مراکز فرهنگی دولتی و از تسهیلات در دسترس آن‌ها برای گسترش روابط فرهنگی و تعمیق آن بهره گرفت.

در محور دوم باید با برقراری ارتباط تنگاتنگ با نخبگان، شخصیت‌های فرهنگی و آکادمیک کشورها، هنرمندان، انجمن‌ها و سازمان‌های غیر دولتی فرهنگی (NGO)ها، به صورت هدفمند و برنامه‌ریزی شده به عنوان عاملان واسط بین مقامات رسمی و افکار عمومی برای تبیین و معرفی فرهنگ ایرانی و اسلامی تلاش کرد.

در محور سوم باید از طریق فعالیت‌های رسانه‌ای، نمایشگاهی و انتشاراتی در سطح افکار عمومی به فعالیت‌های خود در جهت معرفی جمهوری اسلامی ایران، آرمان‌های انقلاب اسلامی و زدودن تبلیغات مسموم علیه اسلام به‌ویژه مکتب شیعه و نظام مقدس جمهوری اسلامی پرداخت و به تنویر افکار عمومی در خارج از کشور مشغول بود. مزیت این مدل در این است که اظهارات مقامات رسمی و فعالیت نخبگان و انجمن‌ها و NGOهای فرهنگی در این رابطه و برداشت و علاقه افکار عمومی جامعه هدف، عمدتاً از طریق رسانه‌ها با هم ایجاد شده‌اند و بر یکدیگر تأثیرگذار هستند. البته بدون شک این سازمان از چنین فرصت‌هایی در فعالیت‌های خود بهره می‌گیرد ولی تأکید بر این نکته به این دلیل است که یک چنین مدلی را به صورت برنامه‌ریزی شده، هدفمند و علمی تدوین و دنبال کند.

ب) الگوی مطلوب مدیریتی برای تبادل فرهنگی

بدون شک یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت هر سازمانی مدیریت آن است. در همین راستا می‌توان الگویی را با فرض نقش عناصر مهم مدیریتی بر اساس اولویت



شکل ۳ـ۱: الگوی تبادل فرهنگی از طریق ارتباطات رسمی (توافقنامه‌ها و تفاهمنامه‌های فرهنگی)

در موفقیت تبادل فرهنگی به منظور طراحی این الگو در نظر گرفت. این الگو دارای سه عنصر مهم و کلیدی در سه سطح داخلی (ملی)، بین‌المللی و سازمانی به شرح زیر است:

الف) عوامل بین‌المللی مانند استفاده از ظرفیت‌های ایجاد شده فرهنگی از طریق نهادهای فرهنگی منطقه‌ای و بین‌المللی، توافقنامه‌ها و تفاهمنامه‌های فرهنگی فی‌مابین، هماهنگی برنامه‌های فرهنگی با سیاست‌های کشور و...

ب) عوامل داخلی (ملی) مانند نظارت بر حسن اجرای موافقتنامه‌ها، برنامه‌های مبادلات فرهنگی و تبلیغی، نظارت و ارزیابی فعالیت‌های فرهنگی در خارج از کشور توسط نهادهایی مثل مجلس شورای اسلامی.

ج) عوامل سازمانی مانند به‌کارگیری نیروهای متخصص، آموزش‌دیده، مجرب و متعهد، ضرورت به‌کارگیری مدیریت استراتژیک (برنامه‌ریزی) در فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور، انسجام درون‌سازمانی (صف و ستاد) به منظور برنامه‌ریزی، به‌کارگیری استراتژی‌ها، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های فرهنگی مؤثر در عرصه تبادل فرهنگی و...

با توجه به توضیحات داده شده، الگوی مورد نظر را در شکل ۳ـ۲ ملاحظه می‌کنید. برای روشن شدن موضوع تبادل فرهنگی بر اساس این الگو، عوامل مهم تأثیرگذار در تبادل فرهنگی را به دو بخش به شرح زیر تقسیم کردیم:

الف) عناصر مهم فرهنگی بر اساس اولویت در موفقیت تبادل فرهنگی: این عناصر در واقع محتوای تبادل فرهنگی را تشکیل می‌دهد که تأثیرگذارترین آن‌ها به شرح ذیل است:

ـ اشتراکات تاریخی، تمدنی، فرهنگی و دینی

زبان و ادبیات فارسی، دانشمندان و ادیبان معروف تاریخی کشورمان

ـ بهره‌گیری از جایگاه فرهنگ و تمدن اسلام

ـ بهره‌گیری از جایگاه فرهنگ و تمدن ایران

ـ بهره‌گیری از ارتباط با اندیشمندان و نخبگان ادیان و جهان و تقویت روند گفتگوی ادیان و تمدن‌ها

ـ بهره‌گیری از هنرهای سنتی و مدرن کشورمان

ـ بهره‌گیری از ادبیات آرمانی انقلاب اسلامی

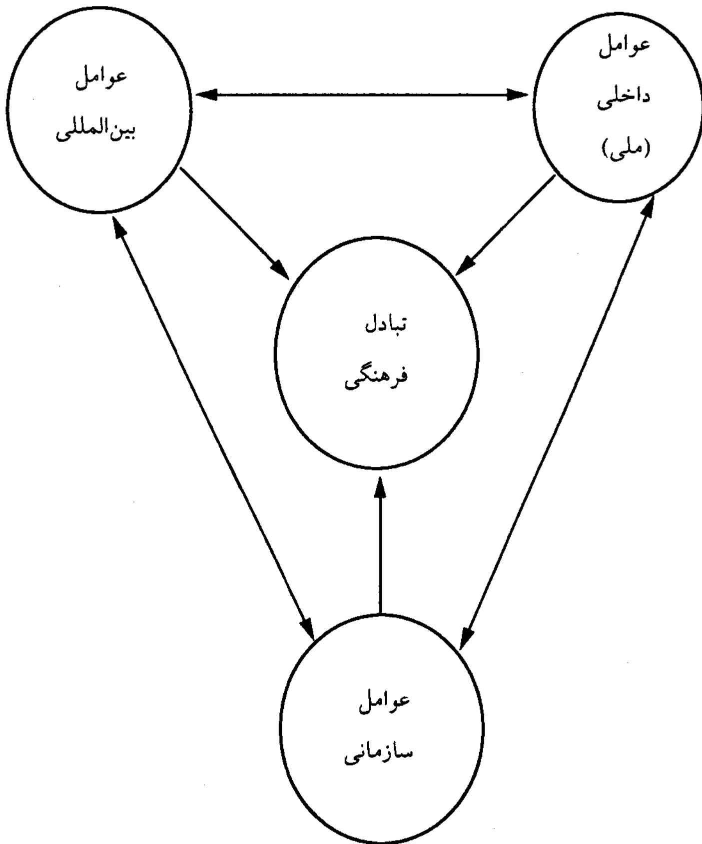
ب) روش‌های فرهنگی مهم بر اساس اولویت در موفقیت تبادل فرهنگی: روش‌های فرهنگی مؤثر که تبادل فرهنگی در قالب آن‌ها شکل می‌گیرد به شرح زیر هستند:

ـ بهره‌گیری از ارتباط با مقامات مذهبی، فرهنگی، سیاسی و دانشگاهی کشور میزبان

ـ بهره‌گیری از رسانه‌های نوین مانند اینترنت، ماهواره، نشریات مکتوب و...

ـ بهره‌گیری از ارتباط با ایرانیان مقیم، سازمان‌ها، انجمن‌ها و مجامع فرهنگی کشورها

ـ برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های بین‌المللی و...



شکل ۳ـ۲: الگوی مطلوب مدیریتی برای تبادل فرهنگی

توضیح این‌که در این الگو به عناصر مهم تأثیرگذار بر تبادل فرهنگی در سه سطح عناصر مدیریتی، عناصر فرهنگی و روش‌های فرهنگی اشاره شده و از پرداختن به عناصر و عوامل کم اهمیت‌تر خودداری شده است.

بدون شک با طراحی، تدوین و به‌کارگیری الگوی علمی و مطلوب و منسجم مدیریتی نظیر آنچه گذشت، می‌توان در تبادل فرهنگی با سایر کشورها نقش مؤثری ایفا کرد. به نظر کارشناسان فرهنگی، در صورتی که عواملی مانند عناصر مهم مدیریتی، عناصر مهم فرهنگی و روش‌های فرهنگی مؤثر در حوزه فعالیت‌های

فرهنگی خارج از کشور به صورت علمی و عملی به‌کار گرفته شوند، می‌توانند در تبادل فرهنگی با سایر کشورها نقش اساسی ایفا کنند.

در خصوص ضرورت تبادل فرهنگی در دنیای امروز باید گفت که تبادل فرهنگی باعث پویایی فرهنگ‌ها، شناخت جوامع از یکدیگر، تسهیل روابط ملت‌ها و دولت‌هاست و بستر مناسب برای صلح و امنیت جهانی بر پایه آن ایجاد می‌شود. «تبادل فرهنگی امری اجتناب‌ناپذیر است، اقتضای درونی و ذاتی فرهنگ‌ها، بالیدن و رشد یافتن (کارایی درونی) به همراه میل به اشاعه و گسترش (کارایی بیرونی) آن‌هاست. کارایی بیرونی فرهنگ‌ها نیرومندترین عامل محرک تاریخ آینده خواهد بود که به صورت تبادل (تعاون) یا تعارض، آینده ملت‌ها را رقم خواهد زد.» (ذکاوتی قراگوزلو، ۳۶۱:۱۳۷۷)

۴

مدیریت فرهنگی در حوزهٔ دیپلماسی فرهنگی

مقدمه

در بحث مربوط به مدیریت، ابتدا تعاریف کوتاهی از مدیریت ارائه می‌کنیم و سپس آن را گسترش می‌دهیم و زوایای مختلف علم مدیریت در جهان متغیر امروزی را مورد بررسی قرار می‌دهیم. در پایان نیز به بحث پیرامون مدیریت فرهنگی و مدیریت در گسترهٔ تنوع و تفاوت‌های فرهنگی جهان خواهیم پرداخت.

مدیریت

اداره هر مجموعه از امکانات و استعدادهای مادی و معنوی در یک سازمان را بر اساس آگاهی‌های مناسب، برای بهتر رسیدن به هدف، مدیریت گویند.

سازمان‌ها به معنای وسیع کلمه شالوده‌های اساسی جوامع امروزی هستند و مدیریت، مهم‌ترین عامل در حیات، رشد، بالندگی و موفقیت یا شکست سازمان‌هاست. مدیران با نگاهی عبرت‌آمیز به گذشته روند حرکت از «وضع موجود» به سوی «وضعیت مطلوب» (آینده) را هدایت می‌کنند.

هنر هماهنگ ساختن یک مجموعه و هدایت آن مجموعه به طرف مقصود را مدیریت گویند. «مدیریت در لغت به معنای کارگردان، گرداننده، دوردهنده، اداره‌کننده و کسی که کاری را اداره می‌کند و اداره به معنای کارگردانی، قوام دادن، نظام

دادن و تنظیم کردن کارهاست» (لغت‌نامه دهخدا). «مدیریت به معنای مدیر بودن و مدیری است» (فرهنگ معین).

مدیریت، انجام دادن کارها به وسیله دیگران است. این تعریف را پیتر دراکر[1] پدر مدیریت آمریکایی پیشنهاد کرد که با موشکافی و تجزیه و تحلیل دقیق‌تر آن می‌توان تعدادی ارزش‌ها و باورهای فرهنگی را کشف و مشخص کرد. به طور کلی، این تعریف بر انجام امور و وظایف محوله تأکید می‌کند که مشخصه بارز نگرش آمریکایی‌ها به مدیریت است. (شنایدر، ۱۳۷۹:۴۷ ـ ۴۸)

«مدیریت را می‌توان علم و هنر متشکل و هماهنگ کردن، رهبری و کنترل فعالیت‌های دسته‌جمعی، برای نیل به هدف‌های مطلوب، یا حداکثر کارایی تعریف کرد.» (اقتداری، ۱۳۸۰:۶۱)

مدیریت علمِ «یک رشته از حقایق و دانستن‌هایی است که تحت نظم و قاعده در آمده و قابل اثبات باشد.» (تقوی دامغانی، ۱۳۸۰:۱۹)

«هنر مدیریت عبارت است از مهارت در انجام کاری که به وسیله تجربه، تکرار و مشاهده به دست آمده است.» (مقدس ـ کاشفی، ۱۳۷۹:۳)

«مدیریت فرایندی است که به وسیله آن کوشش‌های فردی و گروهی به منظور نیل به هدف مشترک هماهنگ می‌شود.» (صادق‌پور، ۱۳۷۸:۵۰)

برای تطابق بیش‌تر تعریف مدیریت با بحث ما، تعریف زیر را برگزیدیم:

مدیریت، فرایند به‌کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی در برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل است که برای دستیابی به اهداف سازمانی و بر اساس نظام ارزشی مورد قبول، صورت می‌گیرد. (رضایی، ۱۳۸۳:۷)

توجه به نمودار ۴ـ۱ درک این تعریف را راحت‌تر می‌کند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت مدیریت شیوهٔ رهبری تابعی از ارزش‌های حاکم بر بافت سازنده یک جامعه (تمدن) است و بدیهی است چگونگی ماهیت عناصر تشکیل دهنده یک جامعه، خود نوع خاصی از نظام ارزشی را اقتضا می‌کند. (همان:۳۰۰)

همچنین متأثر شدن تمامی رفتارها و کنش‌های افراد یک جامعه را در ارتباط

1. Peter Druker

تنگاتنگ نظام ارزشی جامعه و فرهنگ آن در این نکته می‌توان یافت که «نظام ارزشی رکن اصلی یک نظام فرهنگی است. اگر عوامل پایدار فرهنگ، قسمت نامرئی و گاه ناخودآگاه یک مجموعه فرهنگی را تشکیل می‌دهد، نظام ارزشی ملموس‌ترین و هنجاری‌ترین قسمت فرهنگی است که به رفتارها و کنش‌ها جهت می‌دهد و پیوسته بر قوانین و موضع‌گیری‌های فردی و اجتماعی اثر می‌گذارد. نظام ارزشی همیشه رابطه تنگاتنگی با دین و دستورات مذهبی دارد. در عین حال، این رابطه در جوامع صنعتی کمرنگ شده و جای خود را به قواعد و هنجارهایی می‌دهد که عقل جمعی ابداع و بر آن‌ها صحه گذاشته است.» (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱:۱۸۰)

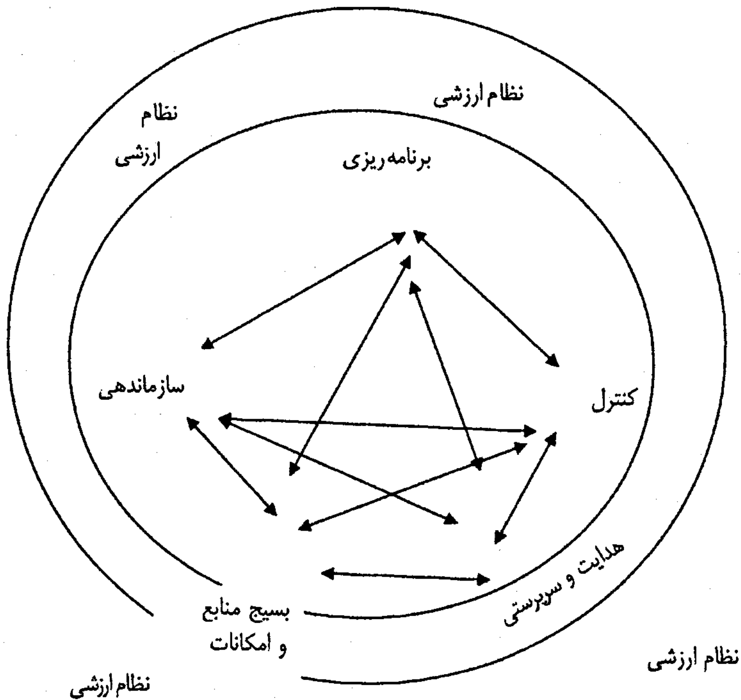
عبارت مدیریت تطبیقی[1] به معنای «بررسی این‌که چگونه رویه‌های مدیریت در یک کشور و یا فرهنگ، با کشور و فرهنگ دیگر تفاوت سیستماتیک دارد» (ایران‌نژاد پاریزی، ۱۳۸۵:۱۲۴) و تأکیدی بر علمی‌بودن نمودار ۴-۱ است. همچنین به‌کارگیری عبارت‌های مدیریت آمریکایی و مدیریت ژاپنی از دیگر دلایل آمیخته شدن نوع مدیریت با فرهنگ و نظام ارزشی جامعه است.

بنابراین، به جرئت می‌توان گفت: با توجه به نظام ارزشی جوامع و مکاتب به‌ویژه مسئله اصالت دادن به فرد یا جامعه یا به هر دو (در اسلام)، انواع مختلف مدیریت‌ها را می‌توان تصور کرد و به‌کارگیری مدیریت اسلامی نیز در همین راستا قابل تبیین است.

امروزه با توجه به تعاریف و تحلیل‌های متفاوت از نوع مدیریت و تعاریف آن از منظر صاحب‌نظران علم مدیریت و جامعه‌شناسان و صاحب‌نظران مسائل اجتماعی و فرهنگی با در نظر گرفتن تحولات سریع به تبع تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در جهان و محیط متغیر به‌کارگیری مدیریت اقتضایی[2] مورد تأکید است؛ «اساساً روش مدیریت بر مبنای اقتضا، بر این واقعیت تأکید دارد که آنچه مدیر در عمل انجام می‌دهد، وابسته به مجموعهٔ شرایط موجود است. در نظریه مدیریت بر مبنای اقتضا، نه تنها به وضعیت موجود توجه شده، بلکه تأثیر راه‌حل‌های ارائه شده بر الگوهای رفتاری سازمان نیز مورد نظر است.» (رضایی، ۱۳۸۳:۲۰)

بدون شک تأثیر فرهنگ ملی هر کشوری را در چگونگی مدیریت، طراحی

1. Comparative Management
2. Contingency Management



نمودار ۴ـ۱: اصول مدیریت و نظام ارزشی (رضایی، ۶:۱۳۸۳)

استراتژی‌ها و فرهنگ سازمانی نهادهای آن کشور نمی‌توان نادیده گرفت. «باید تأثیر فرهنگ ملی بر استراتژی و رابطه استراتژی و فرهنگ ملی را در موفقیت آن‌ها مورد توجه قرار داد. درک و شناخت این نکته که فرهنگ‌های ملی می‌توانند بر سر راه طراحی و اجرای استراتژی محدودیت ایجاد کنند، باعث افزایش میزان توجه به موضوع فرهنگ سازمانی شده است. در حقیقت، افزایش توجه و علاقه به مدیریت بر مبنای فرهنگ، ناشی از بروز مشکلاتی است که در اجرای استراتژی‌های جهانی یا ایجاد تغییرات استراتژیک در کشوری دیگر، بر سر راه مدیران قد علم کرده‌اند. پذیرش تفاوت‌ها در فرهنگ‌های ملی به ما امکان می‌دهد تا فرضیات مورد قبول خود، و همچنین دیدگاه و نگرش خود به استراتژی را مورد تأمل قرار بدهیم و موانع موفقیت خود را بهتر بشناسیم.» (شنایدر، ۲۰۹:۱۳۷۹)

مدیریت اسلامی

«مدیریتی که زمینه رشد انسان به سوی اللّه را فراهم نماید و مطابق کتاب و سنت و سیره و روش پیامبر(ص) و امامان معصوم، و علوم و فنون و تجارت بشری، برای رسیدن به اهداف یک نظام در ابعاد مختلف، مانند یک محور و مدار و قطب عمل کند، مدیریت اسلامی می‌نامیم.» (جمعی از نویسندگان، ۱۲:۱۳۸۲) همچنین «شیوه خاصی از رهبری مبتنی بر مبنای عقیدتی و اسلامی است.» (ری‌شهری، ۱۵:۱۳۸۰)

روش

روش معادل فارسی برای متد[1] است، که معنای آن در پیش گرفتن راه و یا معین کردن گام‌هایی منظم برای رسیدن به یک هدف است. «دکارت روش را راهی می‌داند که به منظور دستیابی به حقیقت در علوم باید پیمود.» (خاکی، ۱۳۸۳: ۴۱)

مدیریت فرهنگی

برای پیشبرد یک سیاست فرهنگی، مدیریت‌های فرهنگی تشکیل می‌شوند. مدیریت‌های فرهنگی دولتی نیز برای پیشبرد سیاست‌های ایجاد شده، وظیفه بهره‌برداری از منابع لازم را دارد.

مفهوم مدیریت فرهنگی

تمامی شکل‌های مدیریت، دارای سه جزء تشکیلات، طرح و منابع هستند. مدیریت فرهنگی نیز از این قانون مستثنی نیست و می‌توان آن را به عنوان گروهی از مردم تعریف کرد که برای پیشبرد یک سیاست، از منابع بهره‌برداری می‌کنند. (مولینیر، ۲۳:۱۳۷۲)

«ترویج» یا اشاعه فعالیت فرهنگی در کامل‌ترین مفهوم آن، مستلزم نوعی مدیریت و، برعکس، مدیریت فرهنگی نیز مستلزم نوعی ترویج یا اشاعه فعالیت فرهنگی است. (همان: ۱۰)

مدیر فرهنگی کسی است که با آشنایی به وظایف عمومی مدیریت و به‌کارگیری

---

1. Metod

مهارت‌های مدیران توانایی انجام امور را داشته باشد. همچنین بایستی به مدیریت استراتژیک نیز بپردازد. (شنایدر، ۱۳۷۹: ۳۰۰) به عبارتی بتواند محیط را خوب بشناسد و استراتژی (راهبردی) را که در همه انواع مدیریت‌های استراتژیک مطرح است اجرا کند. در حوزه فرهنگ با مبانی نظری آشنا باشد و آخرین تحولات و تغییرات را در آن حوزه به‌کار گیرد؛ با سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و استراتژی فرهنگی نیز آشنا باشد و در مدیریت خویش آن‌ها را به‌کار گیرد.

عناصر مدیریت فرهنگی عبارتند از: تأمین مالی و برنامه‌ریزی توسعه فرهنگی، آمارها و شاخص‌های فرهنگی، ابزارهای تحلیلی و روش‌شناسی.

به منظور پویایی و تحرک بخشیدن بر مدیریت فرهنگی جامعه، ما بیش از هر چیز نیازمند وجود هنر برنامه‌ریز و هدایت‌کننده در جامعه هستیم تا در فرهنگ جاری خویش جستجو کند، اجزای مناسب را بیابد و تعریف و تقویت کند و در مقابل، اجزای نامناسب را به تدریج تضعیف کند. (شاه‌حسینی، ۱۳۸۳: ۱۹۲)

از سال ۱۹۷۰ به بعد، یونسکو کنفرانس‌های بین دولتی متعددی در سطوح جهانی و منطقه‌ای در باره سیاست‌های فرهنگی برگزار کرده است. یونسکو در تمام این کنفرانس‌ها، موضوع مدیریت فرهنگی را مطرح کرده و خواستار نهادی آموزشی برای تربیت کارکنان واجد صلاحیت در توسعه فرهنگی به‌ویژه در رشته‌های برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی، پژوهش در زمینه فرهنگ و ارتقای فرهنگ شده است. (مولینیر، ۱۳۷۲: ۱۲)

کار مدیران فرهنگی در چارچوب سیاست کلی توسعه فرهنگی می‌گنجد. مدیران همسونگر با اهل فرهنگ و هنر، یعنی افراد حرفه‌ای این بخش، سر و کار دارند. «کار مدیران فرهنگی تا حدی مستلزم پیش‌بینی و آینده‌نگری است. مدیر فرهنگی نباید به خود اجازه دهد که هر روز در پرتو حوادث پیش برود.» (همان: ۵۸)

مدیران فرهنگی مسئول سه کارکرد اصلی هستند: برنامه‌ریزی، مدیریت یک بخش، ارزیابی و پژوهش.

مدیریت فرهنگی، صرف‌نظر از نوع نظام مورد اجرا، چهار ویژگی اصلی دارد:

ـ برای پیشبرد سیاست‌های دولتی طراحی شده است. دولت‌ها قوانین و ضوابط را تدوین، و در مورد امور اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تصمیم‌گیری می‌کنند.

ـ مدیریت فرهنگی مسئول عملی کردن سیاست‌های فرهنگی است که شاید روشن و صریح یا به طور ضمنی بیان شده‌اند.

ـ صرف‌نظر از متمرکز بودن یا غیر متمرکز بودن نظام دولت، مدیریت فرهنگی مرکزی معمولاً دارای همتاهایی در سطوح منطقه‌ای (استان، ایالت) یا محلی (شهرداری) است. عملی کردن سیاست فرهنگی غالباً از طریق پروژه‌هایی صورت می‌گیرد که توسط سطوح مدیریتی متفاوت طراحی شده‌اند.

ـ روابط هماهنگ یا متعارض در بین مناطق یا محل‌ها یا نهادها، اعم از نهادهای دولتی و غیر دولتی یا شبه دولتی، روش خاص مدیریت زندگی فرهنگی را مشخص خواهد ساخت. (خردمند، ۱۳۸۰:۸۵)

به عبارت دیگر، مدیریت فرهنگی دولتی دربرگیرنده ابزاری برای پیشبرد یک سیاست فرهنگی در تمام سطوح است. این مدیریت‌های فرهنگی در سمت‌های مختلف، مانند نمایندگان فرهنگی و نمایندگان رسانه‌ای و... از سوی سازمان‌های مختلف در خارج از کشور فعالیت می‌کنند. آن‌ها را می‌توان مدیران بین‌المللی یا جهانی نام نهاد. چنین مدیرانی باید جهانگیر و دارای توانایی‌های فکر کردن در سطح جهانی، مسلط به چند زبان و توانا در برقراری ارتباط باشند.

بنابراین، همان گونه که وجود نیروی نظامی برای جنگ انکارناپذیر است، مدیریت استراتژیک منابع انسانی برای اجرای استراتژی در سطح جهانی نیز انکارناپذیر است. فرهنگ بر سیاست‌ها و روش‌های مدیریت منابع انسانی در زمینه انتخاب، جامعه‌پذیری، آموزش، ارزیابی عملکرد، جبران خدمت و توسعه مسیر شغلی مؤثر است. تربیت مدیران بین‌المللی یکی از راهکارهای «مدیریت تفاوت‌های فرهنگی» است. فعالیت در خارج از مرزها لزوماً به معنای وجود مدیران بین‌المللی نیست. مدیران بین‌المللی دارای شایستگی‌های مشخصی هستند که از طریق توسعهٔ شخصیتی، شغلی و سازمانی تقویت می‌شوند. تشکیل گروه‌های چندفرهنگی و تشویق آن‌ها به مشارکت فعال در تصمیم‌گیری‌ها، راهکار مناسب دیگری برای مدیریت محیط پویا و پیچیده عصر حاضر است. (شنایدر، ۱۳۷۹: مقدمه)

نمایندگان فرهنگی را می‌توان از بخش مبادلات فرهنگی بین‌المللی نام برد، که دربرگیرنده کسانی است که به عنوان مشاور یا وابسته سفارت به خارج اعزام می‌شوند. این افراد، علاوه بر وظایفی که به عنوان نماینده یا سازمان‌دهنده مراسم

ملی ــ مراسمی که جنبه اعتباری و حیثیتی دارد ــ دارند، باید بتوانند نوعی استدلال در مبادلات فرهنگی را حفظ کنند. اما بدیهی است که این عده به‌رغم توانایی‌هایی که ممکن است داشته باشند، وظایفشان تحت‌الشعاع ملاحظات دیپلماتیک، که همیشه بر ملاحظات صرفاً فرهنگی اولویت دارد، قرار می‌گیرد. (مولینیر، ۴۵:۱۳۷۲)

فرهنگ یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مدیریت

فرهنگ یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر مدیریت است. نادیده گرفتن این نقش، عدم انسجام داخلی و انطباق بیرونی را به دنبال خواهد داشت. بدون دستیابی به الگو و روشی برای برجسته‌سازی و آشکار کردن تفاوت‌های فرهنگی نمی‌توان نقش و نفوذ و آثار فرهنگ بر مدیریت را درک کرد. رؤیای «دهکده جهانی» به منزلهٔ «دیگ ذوب» فرهنگ‌ها باید بازنگری شود. کشف فرهنگ را می‌توان به اکتشاف در اقیانوسی تشبیه کرد که در سطح آن می‌توان مصنوعات، آیین‌ها و رفتارها را مشاهده کرد، اما در زیر آن به ارزش‌ها و باورهایی دسترسی حاصل می‌شود که دلایل بروز رفتارهای خاص هستند. (شنایدر، ۱۳۷۹: مقدمه)

اصطلاح شوک فرهنگی

شوک فرهنگی، یعنی سردرگمی و ناراحتی که یک شخص در برخورد با فرهنگ ناآشنا تجربه می‌کند، یادآور بسیاری از تفاوت‌هایی است که باید بر آن‌ها غلبه کرد تا بتوان به آسودگی سفر کرد. اما آثار و نتایج مهمی که تفاوت‌های فرهنگی ـ اجتماعی از حیث تجارت و مدیریت دارند، نیز باید درک شود. (ایران‌نژاد پاریزی، ۱۲۰:۱۳۸۵) البته اغلب برای توصیف این حس نومیدی، از عبارت «شوک فرهنگی» استفاده می‌کنند که عبارتی گمراه‌کننده است. (شنایدر، ۲۶۹:۱۳۷۹)

تجربه شوک فرهنگی و پاسخ‌های مختلف به آن در نمودار ۴ـ۲ خلاصه شده و به تصویر درآمده است. از آن‌جا که مواجه شدن افراد با محیط خارج از کشور، به‌ویژه برای اولین بار، مثل شرکت کردن افراد در اولین تمرین آموزشی است که دچار دستپاچگی و دلواپسی می‌شوند، این ضعف و ناراحتی فوری، نشانه خروج از

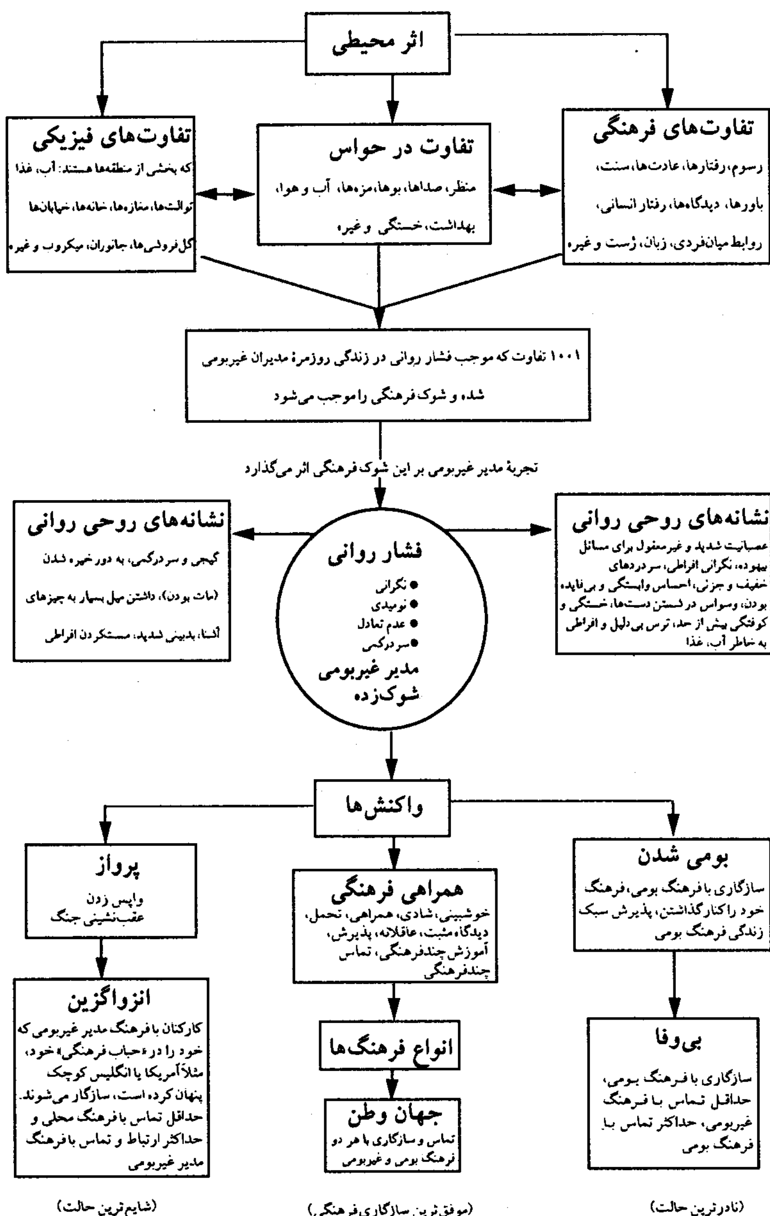
انجماد است و این اتفاق در یک فرایند صورت می‌گیرد. فرایند تغییر دارای سه مرحله خروج از انجماد، تغییر رفتار و تثبیت رفتار جدید است. به بیان دیگر، پیش از آن‌که عادتی تغییر یابد، باید عوامل تثبیت و تقویت‌کننده‌های آن سست شوند. (رضایی، ۹:۱۳۸۳)

برای به حداقل رساندن شوک فرهنگی و انجام امور محوله در خارج، خودآگاهی و داشتن حساسیت معقول نسبت به تقابل فرهنگی پایه‌های اساسی موفقیت هستند. لازمه‌های دیگر مدیری که به خارج از کشور خود اعزام می‌شود، علاوه بر پاسخگویی به مسائل و مشکلات فراروی خود، باید با انبوهی از مشکلات پیچیده دیگر نیز دست و پنجه نرم کند. این برخوردها ناشی از جایگاه و موقعیت مدیر به عنوان میانجی و رابط میان دو فرهنگ و دو بخش از یک سازمان است. مثلاً، از جمله مشکلات اساسی فراروی این مدیران، این است که باید مشخص کنند تا چه حد حاضرند از راه‌حل‌ها و روش‌های خود دست بکشند و چقدر از روش‌های جدید را بپذیرند. باقی ماندن پشت درهای بسته و خود را از محیط و فرهنگ جدید کاملاً دور نگه‌داشتن یا «کاملاً بومی‌شدن»، بهترین راه‌حل نیست. (شنایدر: ۱۳۷۹:۲۷۱ ـ ۲۷۲)

زمینه‌های فرهنگی متفاوت بین فرستنده و گیرنده پیام در هر موقعیت، ممکن است موجب مختل شدن ارتباطات شود. وقتی مدیر با مردمی سر و کار دارد که متعلق به زمینه‌های متفاوت یا ملیتی یا حتی مناطق جغرافیایی دیگر در داخل یک کشور هستند، ممکن است این امر روی دهد. (ایران‌نژاد پاریزی، ۳۴۷:۱۳۸۵)

مدیری که به راحتی تفاوت میان سبک آشپزی، ادبیات، موسیقی و هنر در کشورهای مختلف را می‌پذیرد، باید تفاوت میان هنر مدیریت در دیگر کشورها را نیز بپذیرد. (آندره لورن، استاد اینسید INSEAD شنایدر، ۱:۱۳۷۹) زمینه‌های متفاوت فرهنگی، ما را ناچار به سمت مدیریت تنوع و تفاوت فرهنگی در گستره این گیتی می‌کشاند.

در خصوص مدیریت در فرهنگ‌های مختلف باید گفت که تفاوت‌ها و تنوع در فرهنگ‌های مختلف حاصل نیازها و مقتضیات و ضرورت‌های تاریخی، سنتی، فکری، جغرافیایی و... آن سرزمین‌هاست. بنابراین، مدیر (فرهنگی) باید قادر به تحمل تفاوت‌های فرهنگی و مشکلات و سختی‌های منتقل شده باشد. ملت‌ها و



نمودار ۴ـ۲: مدیر غیربومی دچار شوک فرهنگی (شنایدر، ۱۳۷۹: ۲۷۰)

کشورها متفاوتند و مدیرانی که بتوانند این مطلب را درک کنند، به هنگام کار با مردم دیگر کشورها می‌توانند شیوه مدیریت خود را عوض و تعدیل کنند تا به صورتی اثربخش‌تر انجام وظیفه کنند. «مدیران آگاه و آن‌ها که به تفاوت‌های ملی مردم کشورهای مختلف توجه می‌کنند، خوب می‌دانند که در هر کشور چه شیوه‌ای از مدیریت را باید در پیش گیرند.» (شنایدر، ۶۵:۱۳۷۹)

شنایدر برای موفقیت مدیران فرهنگی در عرصه بین‌المللی محورهایی را پیشنهاد می‌کند که به شرح زیر است:

ـ استفاده و به‌کارگیری دیدگاهی کلی (عمومی) برای شناسایی ابعاد فرهنگی نه شناسایی کشورها.

ـ اگر تفاوت یا شباهتی وجود ندارد، تفاوت یا شباهتی فرض نکنیم. هم به دنبال شباهت‌ها باشیم و هم به دنبال تفاوت‌ها.

ـ تجزیه و تحلیل سطوح مختلف فرهنگ: بهره‌گیری از روش‌های مختلف و متعدد مشاهده، پرسش و تفسیر.

ـ شناخت و پذیرش ویژگی‌های فرهنگ خود، آمادهٔ مقابله با فرهنگ دیگران شدن.

ـ شناخت و پذیرش تنوع فردی در فرهنگ خود و همچنین در فرهنگ دیگران با توجه به ابعاد خاص. شما یا آن‌ها ممکن است از حیث ابعاد متفاوت کم و بیش «عادی» باشید.

ـ شناخت و پذیرش این‌که تعامل فرهنگ فرایندی ایستا نیست، بلکه فرایندی است پویا؛ به دنبال آثار جزئی و بهره‌برداری بودن.

ـ با توجه به میزان آشنایی با هر فرهنگ، از استراتژی‌های مختلف برای تعامل استفاده کردن.

ـ مقابله با نگرانی‌هایی همچون ترس از دست دادن هویت و خودمختاری فردی، هم در مورد خود و هم در مورد دیگران. مردم باید احساس کنند که برای آن‌ها ارزش قائلند نه این‌که به آن‌ها چیزی را تحمیل می‌کنند. (همان: ۳۰۰)

البته علاوه بر افراد و گروه‌ها، سازمان‌ها نیز ناچار به تدوین و اجرای استراتژی مشخصی در مقابل تفاوت‌های فرهنگی هستند. نادیده گرفتن، به حداقل رساندن و به‌کار گرفتن تفاوت‌های فرهنگی از اصلی‌ترین استراتژی‌های هر سازمان جهانی

است. یک سازمان وقتی جهانی می‌شود که تفاوت‌های فرهنگی را به عنوان یک منبع و فرصت ببیند و با استفاده از آن‌ها بتواند در عرصه بین‌المللی مزیت رقابتی جدیدی خلق کند. مدیران بین‌المللی، گروه‌های چند فرهنگی و سازمان‌های جهانی، شهروندان جهانی هستند. (همان: مقدمه)

مدیریت و مهارت‌های ارتباطات بین‌المللی

نانسی آدلر،[1] دانشمند معروف مدیریت بین‌المللی، می‌گوید: «در صورت کوتاهی در یادگیری زبان خارجی، شما باز هم می‌توانید مهارت‌های ارتباطات بین‌المللی‌تان را بهبود بخشید.» توصیه‌های او به منظور بهبود مهارت‌های ارتباطات بین‌المللی برای برقراری ارتباطات با مردم سایر فرهنگ‌ها عبارتند از:

۱. فرض کنید آن‌ها متفاوتند. مگر آن‌که وجوه تشابه نشان داده شود.

۲. قضاوت را به تأخیر بیندازید. روی شرح و توصیف تأکید کنید، نه ارزیابی یا تفسیر.

۳. همدلی را تمرین کنید و سعی کنید خودتان را به جای او بگذارید.

۴. با تعبیر و تفسیر به عنوان فرضیه‌هایی برای آزمون‌های بعدی برخورد کنید.

صاحب‌نظران معتقدند که فرایند سازگاری با یک فرهنگ خارجی از یک منحنی U شکل پیروی می‌کند که از سه مرحله تشکیل می‌شود: مرحله آغازین شادی و خوش‌بینی (مرحله ماه عسل) است، به دنبال آن و خیلی زود مرحله خشم و عصبانیت، نومیدی و سردرگمی (شوک فرهنگی) فرا می‌رسد (مرحله صبح بعد از ماه عسل)، و سپس به تدریج سازگار شدن با محیط جدید (مرحله خرسندی دائمی). (همان:۲۶۸)

مدیریت جهانی

بدون شک چهار وظیفه مدیریت، یعنی برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل، اساساً در محیط پیچیده اقتصادی، سیاسی و فرهنگی بین‌المللی امروز کاربرد مؤثر دارند و باید این اصول را به نحوی به‌کار بست که با کشورها و فرهنگ‌های متفاوت

---

1. Nancy Adler

متناسب باشد. در واقع، این نوع نگاه کاربردی به وظایف مدیریت موجب بروز پدیده‌ای به نام مدیر جهانی[1] شده است، یعنی کسی که با در نظر گرفتن تنوع فرهنگی، فرصت‌ها و تهدیدهای محیط را شناسایی می‌کند و می‌تواند عوامل مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی را در جهت اهداف سازمان گردآوری و به‌کار گیرد. به عبارت دیگر، «مدیر جهانی وظایف مدیریت را به طور موفقیت‌آمیز در بیرون از مرزها اعمال می‌کند.» (ایران‌نژاد پاریزی، ۱۳۸۵:۱۲۴)

ویژگی‌های مدیر جهانی به شرح ذیل است:

۱. قابلیت به‌کارگیری مهارت‌های بالا در شغل
۲. قابلیت انعطاف در محیط‌های تجاری مختلف
۳. قابلیت مذاکره مؤثر در شرایط تجاری متفاوت
۴. قابلیت حل سریع مسائل در محیط‌های گوناگون
۵. قابلیت ایجاد ارتباط و انگیزش مؤثر در افراد با فرهنگ‌های متفاوت
۶. قابلیت تکلم به بیش از یک زبان اصلی
۷. توانایی درک دولت‌ها و نظام‌های حکومتی مختلف
۸. قابلیت درک سابقه، روحیه و نحوه تفکر شریک‌های تجاری
۹. قابلیت انتقال نگرش مثبت و شور و شوق در برخورد با دیگران (همان:۱۲۴)

البته این ویژگی مربوط به مدیریت در محیط‌های تجاری است، ولی نکات ذکر شده قابل تعمیم به محیط فرهنگی نیز است. نکته زیر را باید در مورد کارایی مدیریت بین‌المللی در نظر گرفت: «گرچه درک و شناخت تفاوت‌های فرهنگی ضروری است، پیام فرافرهنگی به این معنی نیست که مدیران برای مؤثر و کارا بودن باید همه چیز را در باره فرهنگ‌های دیگر بپذیرند. این عقیده به این معنی است که نباید به نوعی بوقلمون فرهنگی شد، نباید پذیرای هر نظر و دید جدیدی شد و مطابق با آن تغییر کرد. همان گونه که گتس دوفرایس خاطر نشان می‌سازد، رهبران جهانی واقعی به مجموعه‌ای از ارزش‌های محوری نیاز دارند که آن‌ها را هدایت کند و حمایت لازم را در هر محیطی که قرار بگیرند برای آن‌ها فراهم آورد. مؤثر و کارا بودن در مجموعه یا محیطی چندفرهنگی نیازمند آن است که وقتی شخصی نامطمئن است به اصالت و ریشه‌های فرهنگی خود پایبند باشد.» (شنایدر، ۱۳۷۹:۲۹۸)

---

1. Global Manager

بنابراین، مدیران به جای آن‌که سربازان سازمان باشند که برای تسلیح جنگ‌افزار سیاسی، اقتصادی و فرهنگی به میدان جنگ اعزام می‌شوند، شهروندان جهانی تلقی می‌شوند که قصد دارند از طریق گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها، موجبات توسعه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جهان را فراهم آورند. (اعرابی، ۱۳۷۹)

مدیریت فرهنگی کشور از نگاه رهبر معظم انقلاب[۱]

وقتی واژه «مدیریت فرهنگی» به‌کار برده می‌شود، مفهومی محدود و ضیق از آن اراده می‌شود، زیرا از فرهنگ هم مفهومی ضیق و ناقص بر ذهن‌ها مسلط است.

همان گونه که فرهنگ و فعالیت فرهنگی را نمی‌توان محدود به تهیه کتاب و نشریه و فیلم و سینما و سخنرانی و تبلیغات و هٰکذا کرد، مدیریت فرهنگی را هم نمی‌توان محدود به مدیریت دستگاه‌های متعارف فرهنگی کرد.

مدیریت فرهنگی، مدیریت بر سیستم‌ها و سازمان‌های خرد و کلانی است که با رویکرد و اهداف فرهنگی مهندسی شده باشند و اداره آن سیستم و سازمان با رویکرد و اهداف فرهنگی صورت پذیرد. بدین ترتیب، همه دستگاه‌ها، اعم از دستگاه‌های فرهنگی و غیر فرهنگی، اگر دارای اهداف اصلی فرهنگی باشند، باید مهندسی و مدیریت فرهنگی شوند.

اگر اهداف اصلی اقتصادی باشد، بدیهی است که در این حالت مدیریت همه دستگاه‌ها از جمله دستگاه‌های فرهنگی و مهندسی آن‌ها هم باید اقتصادی باشد.

بنابراین، با مدیریت فرهنگی دستگاه‌های فرهنگی می‌توان فرهنگ هدف را تبیین نمود و با مدیریت فرهنگی دستگاه‌های غیر فرهنگی می‌توان فرهنگ هدف را اجرایی و عملیاتی و ترویج کرد و اهداف فرهنگی را محقّق ساخت.

برنامه‌ریزی فرهنگی در حوزه دیپلماسی فرهنگی

از آن‌جایی که فرهنگ پدیده‌ای خودانگیخته نیست، در صورت رها شدن به حال خود، ممکن است خیلی زود به ورطه سوداگری بیفتد و یا کالاهای فرهنگی به

---

۱. بخشی از بیانات رهبر معظم انقلاب در جمع اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی. با دخل و تصرف از مهدی ناظمی اردکانی، مدیریت فرهنگی کشور و ویژگی‌های آن، خبرگزاری فارس.

آسانی در اختیار مردم قرار نگیرد و چندگرایی و آزادی بیان از بین برود. زندگی فرهنگی به دلایل زیر باید سازمان یابد: تضمین چندگرایی و آزادی بیان، تضمین دستیابی به فرهنگ، تضمین مشارکت تمام گروه‌های مردم در فعالیت‌های فرهنگی، تمرکززدایی یا احتراز از تمرکزگرایی در انجام اقدامات یا فعالیت‌های فرهنگی تا حدی که امکانپذیر باشد، تضمین حقوق فرهنگی اقلیت‌ها، کمک به شکوفایی استعدادها، بالا بردن خلاقیت‌های فردی و ارتقای توسعه اجتماعی، تعدیل بی‌عدالتی اجتماعی در توزیع علم و دانش و... آیا چنین سازمانی از زندگی فرهنگی نیازمند مدیریت فرهنگی است؟ در واقع، اصطلاح «مدیریت فرهنگی» دربرگیرنده دو مفهومی است که باید از یکدیگر متمایز شوند:

۱. نخست، مفهوم هیئت اجرایی در امور فرهنگی. این هیئت معمولاً یک سازمان دولتی، نیمه دولتی یا شبه دولتی است که می‌تواند در فعالیت‌های خود با بخش خصوصی یا حتی بخش تجاری مشارکت، و یا امور فرهنگی را کلاً به این بخش‌ها واگذار کند.

۲. دوم، اصطلاح مدیریت فرهنگی به طور تلویحی، مؤید این نکته است که حتی در ساده‌ترین جوامع انسانی هم انجام فعالیت‌های انسانی نیازمند مدیریت است؛ یعنی افرادی باید مسئولیت سازمان فعالیت‌های انسانی را بر عهده داشته باشند. (مولینیر، ۱۹:۱۳۷۲) آنچه در این بخش در صدد بررسی آن هستیم، مفهوم نخست مدیریت فرهنگی است.

اصولاً در تمامی کشورها دو نوع مدیریت فرهنگی وجود دارد:

ابتدا، مدیریت فرهنگی عمومی، دولتی یا شبه دولتی که معمولاً در سه سطح مختلف ملی، منطقه‌ای و محلی وجود دارد. توزیع مسئولیت بین این سطوح، معمولاً به میزان تمرکزگرایی یا تمرکززدایی قدرت سیاسی بستگی دارد.

دیگری، مدیریت مجامع، سازمان‌ها، نهادها و انجمن‌های فرهنگی، صرف‌نظر از پایگاه اجتماعی، وظایف، اندازه و اهمیت آن‌ها.

هر دو نوع مدیران فرهنگی، وظیفه بهره‌برداری از منابع برای پیشبرد سیاست‌ها را بر عهده دارند. مدیریت فرهنگی دربرگیرنده ابزارهایی برای پیشبرد یک سیاست فرهنگی در تمام سطوح است. این ابزارها در کشورهای مختلف و بر حسب سیاست‌های مختلف ممکن است ویژگی‌های متفاوتی داشته باشند. الگوهای

سازمانی متفاوت مدیریت فرهنگی نیز بر اساس معیارهایی همچون متمرکز بودن یا فدرال بودن ساختار سیاسی، تمرکز یا عدم تمرکز اقتصادی و... متمایز می‌شوند.

فرهنگ در گسترده‌ترین معنای خود، به جوامع و مسائل مردم اطلاق می‌شود. روابط، داشته‌ها و تجارب مردم است که به پیشینه‌های مذهبی و فرهنگی متفاوت جوامع مربوط می‌شود؛ به کلامی واضح‌تر، فرهنگ، شیوه و ابزار ما برای ارتباط حال با گذشته و آینده است.

برنامه‌ریزی فرهنگی نیز با ارزش‌ها و تجارب خاصی از همین نوع در ارتباط است. فرهنگ شیوه‌ای برای یکپارچه‌سازی جوامع است و با استفاده از برنامه‌ریزی فرهنگی می‌توان در خصوص کلیهٔ مسائلی که در کیفیت و نحوه زندگی مؤثر است، بررسی‌هایی را انجام داد. با کمک برنامه‌ریزی فرهنگی، نهادهای مرتبط، مفاهیم دقیق از خواسته‌ها و ارزش‌های جامعه را درک می‌کنند و به تبیین سیاست‌های برنامه‌ریزی در کل جامعه می‌پردازند. مشخص کردن اهداف و راهبردها در برنامه‌ریزی فرهنگی دولت موجب تقلیل محرومیت‌های اجتماعی، تجدید حیات شهری، ایجاد فرصت‌های شغلی، ایجاد جامعه‌ای امن و ترویج زندگی سالم می‌شود. (فردرو، ۱۸۳:۱۳۸۵)

فرایند برنامه‌ریزی فرهنگی در سطح کلان «گام‌های اجرایی»

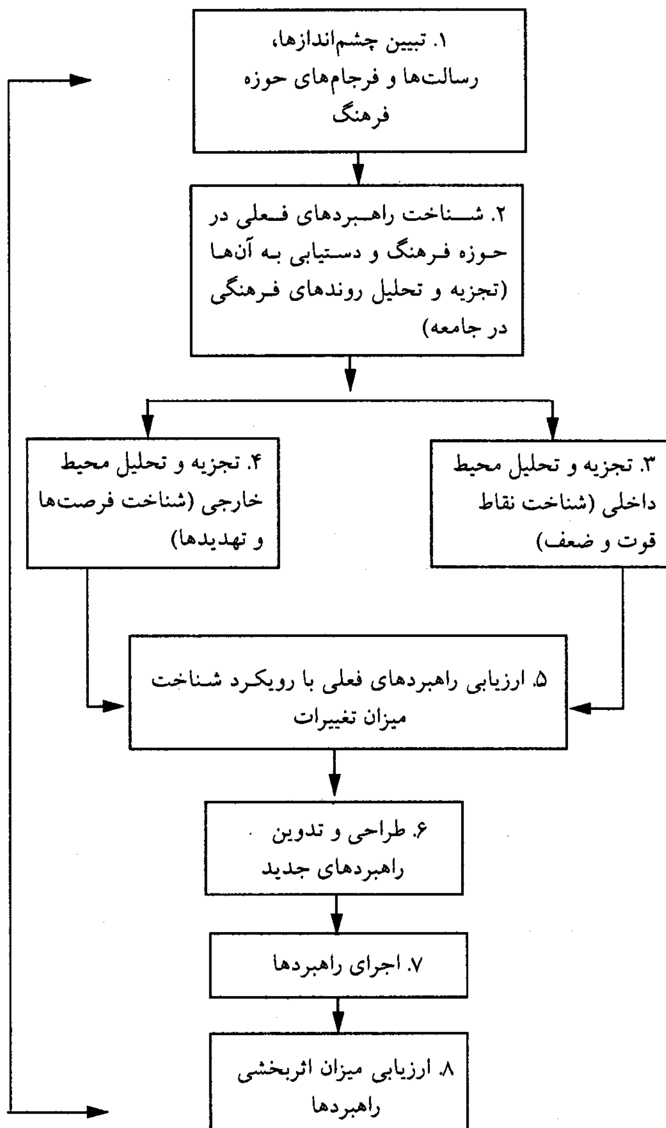
تبیین چشم‌اندازها و رسالت‌ها

همان‌گونه که در نمودار ۴ـ۳ ملاحظه می‌شود، اولین گام در برنامه‌ریزی کلان فرهنگی تدوین رسالت‌ها یا آرمان‌هاست که غایی‌ترین هدف هر سازمانی دستیابی به آن‌هاست. اصولاً در حوزه فرهنگ، به دلیل کیفی بودن و قابل تفسیر بودن فعالیت‌ها، رسیدن به اجماع در باره چشم‌اندازها (در مقایسه با سایر حوزه‌ها نظیر صنعت و...) به مراتب پیچیده‌تر است؛ تفسیرها و تأویل‌های مختلف از مضامین، مفاهیم و واژه‌های موجود در حوزه مذکور نیز به این پیچیدگی دامن می‌زند. به طور کلی، دکترین یک سازمان فرهنگی از چگونگی ساختار و سازمان‌یافتگی آن مشخص می‌شود. این جنبه می‌تواند شامل خط‌مشی‌های مؤثر، برنامه‌ها، رویه‌ها، کانال‌های ارتباطی و خطوط اختیار و مسئولیت باشد. به هر حال، برای طراحی ـ برنامه‌ریزی کلان در حوزه فرهنگ، نخست باید رسالت‌ها یا مأموریت‌های اساسی

هر یک از حوزه‌های فرعی‌تر یا زیرمجموعه حوزه فرهنگ نظیر کتاب، مطبوعات، سینما، هنر، میراث فرهنگی و نیز ارزش‌ها و باورهای جامعه تدوین گردد تا گام‌های بعدی به صورت منطقی طی شود. مأموریت یک سازمان، خط یا خطوط کسب و کار آن و محصولات و خدمات آن را تعیین و بازارهایی راکه در حال و آینده در آن‌ها فعالیت می‌کند، مشخص می‌سازد. (Byars, 1991:18) مأموریت مدیران نیز سازماندهی هدف‌ها، قابلیت‌ها و جایگاه سازمان و توجیه موجودیت سازمان در دنیاست. (Stoner, Freeman & Gilbert, 1995: 265) به عبارت دیگر، مأموریت بیان رسمی اهداف اساسی که در پشت موجودیت یک سازمان قرار دارد یا به کلامی واضح‌تر، دلیل وجودی سازمان است. (Plunkett & Attner, 1989:122) اصولاً سازمان‌ها، نهاد و تشکیلات جامعه محسوب می‌شوند و وجود آن‌ها به خاطر خودشان نیست، بلکه به منظور تحقق یک هدف اجتماعی خاص یا تأمین یک نیاز خاص در جامعه، سازمان و برای گروهی از افراد و یا تک‌تک افراد است. لذا سازمان‌ها به خودی خود هدف نیستند، بلکه وسیله هستند. پرسش مناسب در رابطه با آن‌ها این نیست که «سازمان چیست؟» بلکه باید پرسید: «هدف سازمان و وظایفشان چیست؟» زیرا سازمان یا نهاد برای منظور و رسالت خاصی به وجود می‌آید و نقش و وظیفه اجتماعی خاصی را دنبال می‌کند. (پیتر دراکر، ۱۹:۱۳۸۵)

تجزیه و تحلیل روندهای فرهنگی در جامعه (شناسایی راهبردهای فرهنگی)

در این مرحله با شناخت وضعیت فرهنگی در گذشته، مسیر حرکت در آینده تعیین می‌شود. کلود فابریزیو، از سه نسل سیاست‌های فرهنگی یاد کرده است: در سیاست‌های فرهنگی نسل اول، توسعه هنرها و حفظ یادمان‌ها و میراث هنری هدف اصلی است، بدون آنکه نقش دولت و نهادهای بزرگ فرهنگی مورد بررسی قرار گیرد. در سیاست‌های فرهنگی نسل دوم که در چند سال اخیر اولین آثار برخی از آن‌ها ظاهر شده است، مؤلفه‌های مختلف توسعه فرهنگی همچون: آموزش و پرورش رسمی و غیر رسمی، ارتباط جمعی، صنایع فرهنگی و محیط زیست اهمیت تازه‌ای یافته‌اند. در سیاست‌های فرهنگی نسل سوم که هنوز در مرحله نظری قرار دارد، هرچند به طور دقیق بر مرحله فعلی تفکر بین‌الملل منطبق است، سیاست



نمودار ۴ـ۳: الگوی برنامه‌ریزی جامعه در حوزهٔ فرهنگ، برگرفته از کتاب مدیریت استراتژیک نوشته فرد آر. دیوید

فرهنگی در تمام ابعاد خود در حصار ملاحظات فرهنگی قرار دارد. لذا بر این اساس می‌توان سه قلمرو هم‌مرکز در زمینه فرهنگی را مطرح کرد:

قلمرو سنتی

قلمرو سنتی متضمن دو کارکرد اصلی است: یکی حفظ و ارائه مؤثر میراث فرهنگی به عامه مردم و دیگری، مساعدت به هنر خلاق و مساعدت به انتشار گستردگی هنرها.

قلمرو وسیع

این گرایش با اصطلاح «توسعه فرهنگی» منطبق است. اگر این گرایش پذیرفته شود، سیاست فرهنگی نقش اجتماعی می‌یابد و در این صورت، مشکل اصلی دموکراتیزه کردن فرهنگ نیست، بلکه دستیابی به جامعه‌ای است که به لحاظ فرهنگی دموکراتیک باشد. در این گرایش بر تمرکززدایی در تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت جمعی مردم در زندگی فرهنگی، توسعه خلاقیت فردی و جمعی و حقوق اقلیت‌ها در ارائه فرهنگ خودشان تأکید می‌شود.

قلمرو ژرف

در این رویکرد که رویکردی آرمان‌گرایانه قلمداد می‌شود، تمام ادارات دولتی باید برای توسعه فرهنگی بسیج شوند. اگرچه تفکر در باره اهداف فرهنگی توسعه، همچون هدف‌هایی که به اصول پذیرفته شده مربوط می‌شود، عمق بیش‌تری یافته است، اما کاربرد عملی این هدف‌ها هنوز با محدودیت‌هایی مواجه است و گفته می‌شود که فقط به چند تجربه‌گذرا و موقتی منحصر شده است. (مولینیر، ۱۳۷۲) بنابراین، در این گام، هدف اصلی شناسایی راهبردهای فعلی در حوزه فرهنگ است و تنها اطلاع از بود و نبود راهبردها و چگونگی شناخت، برآورد و دستیابی به آن‌ها مورد توجه است. چنین به نظر می‌رسد که ارزیابی راهبردهای فعلی، انتخاب و تدوین راهبردهای منطقی‌تر و منسجم‌تر را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تجزیه و تحلیل محیط داخلی

تجزیه و تحلیل SWOT، شناختِ نظام‌یافته قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و

تهدیدات محیط است که استراتژی مناسب، بهترین ترکیب میان آن‌ها را منعکس می‌سازد. این تجزیه و تحلیل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر می‌رساند و ضعف‌ها و تهدیدات را به حداقل. (پیرس، رابینسون، ۳۰۷:۱۳۷۶) تجزیه و تحلیل SWOT چنان‌که در نمودار ۴ـ۴ نشان داده شده است، با ارزیابی نقاط قوت و ضعف داخلی سازمان شروع می‌شود. چنین تحلیلی وقتی که به خوبی انجام شود، به استقرار یک مبنای واقع‌بینانه برای تدوین استراتژی‌ها در همه رده‌ها کمک می‌کند.

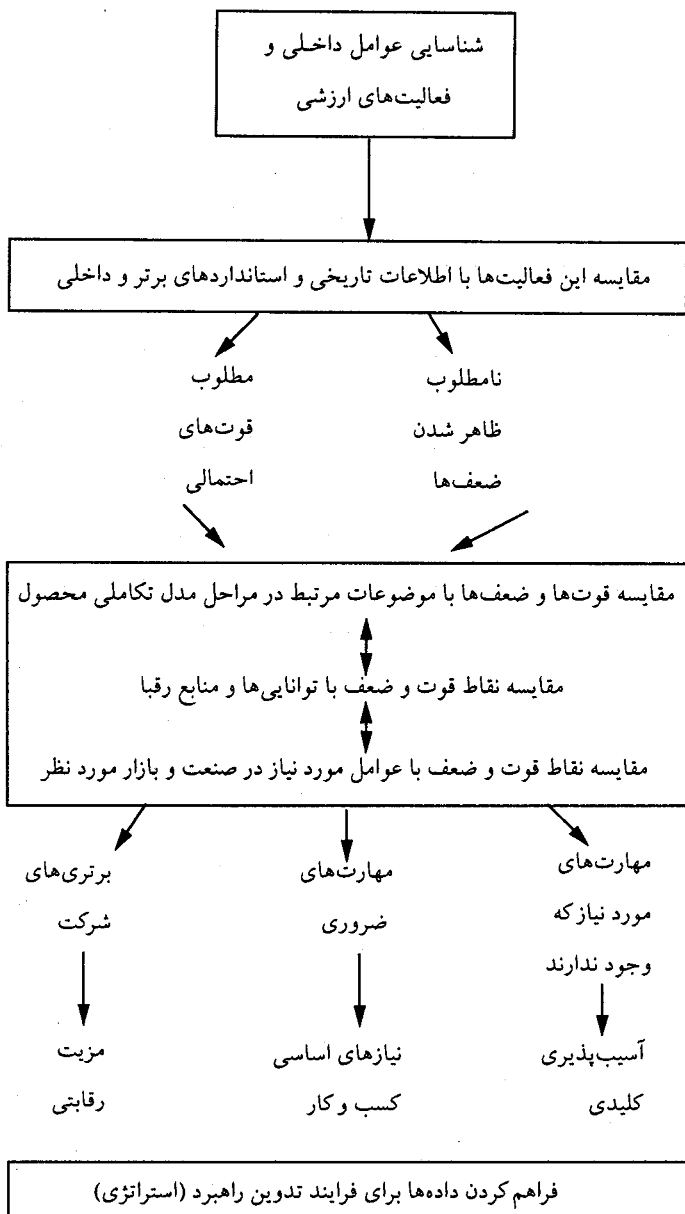
یک هدف عمده مدیریت استراتژیک در این مرحله تعیین قابلیت‌های بارز یا نقاط قوت خاصی است که به سازمان در قلمرو عملیاتش مزیت رقابتی می‌دهد یا می‌تواند بدهد. در میان بسیاری از منابع ممکن، قابلیت بارز، تکنولوژی، منابع انسانی، استعداد مدیریت و نقاط مالی را متمایز می‌سازد. البته ضعف‌های سازمانی نیز در تصویر دیده می‌شوند که می‌توان در همان حوزه یا قسمت‌های دیگر یافت. (پاریزی، ۱۸۵:۱۳۸۴)

نمودار ۴ـ۴ بیانگر سیمای توانمندی‌های شرکت به عنوان یک فرآیند چهار مرحله‌ای است که در هدایت مدیران برای تجزیه و تحلیل عوامل درون‌سازمانی مفید است.

تجزیه و تحلیل محیط خارجی

محیط خارجی همه شرایط و عواملی راکه بر گزینه‌های استراتژیک آن اثر دارند و نوعاً خارج از کنترل هستند، دربرمی‌گیرد. مدل مدیریت استراتژیک، محیط خارجی را دارای دو بخش مرتبط به هم و در تعامل با یکدیگر نشان می‌دهد: محیط عملیاتی و محیط دور. محیط عملیاتی، عوامل و شرایط درون صنعت و وضعیت رقابت عملیاتی خارج مؤسسه راکه بر انتخاب و دستیابی با ترکیب‌های مختلف هدف و استراتژی تأثیر دارند، دربرمی‌گیرد؛ برعکس، تغییرات محیط دور در محیط عملیاتی غالباً نتیجه از اقدامات استراتژیک خود مؤسسه، رقبا، مشتریان، استفاده کنندگان، تأمین کنندگان یا بستانکاران آن است. (پیرس، رابینسون، ۴۶:۱۳۷۶)

همان گونه که در نمودار ۴ـ۵ مشاهده می‌شود، عمومی‌ترین مؤلفه‌های محیط



نمودار ۴-۴: الگوی تجزیه و تحلیل محیط داخلی (به عنوان یک فرایند)

(منبع: پیرس، ۱۳۸۱: ۱۷۷)

خارجی شامل قوانین و مقررات، شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، مشتریان، تکنولوژی، گروه‌های ذی‌نفع، دولت، جامعه، سازمان‌های غیر دولتی و در سطح بالاتر، نظام ارزش‌ها یا بایدها و نبایدها، باورها و مفروضات است.

در محیط داخلی نیز عواملی نظیر نیروی انسانی، مقررات و روش‌های انجام کار، ساختار و تشکیلات، منابع مالی، فرهنگ سازمان، ظرفیت فیزیکی و اندازه سازمان مطرح هستند.

تشخیص متغیرهای زمینه‌ای سازمان نظیر متغیرهای اقتصادی یا سیاسی و تعیین دامنه و حدود آثار بالقوه آن‌ها بر سازمان‌هایی که در حوزه‌های اقتصادی یا سیاسی فعالیت می‌کنند، به مراتب ساده‌تر از بررسی تأثیر این متغیرها بر حوزه پیچیده و پویای فرهنگ است. همچنین شناخت مشتریان و پی بردن به میزان تنوع و تکثر علایق آن‌ها یا مخاطب‌محوری که یکی از مصادیق مؤثر در تدوین راهبردها است، در خصوص فرهنگ و ابزارهای فرهنگی بسیط و بعضاً غیر قابل احصاست.

نکته‌ای که باید به هنگام تجزیه و تحلیل محیط خارجی در نظر بگیریم، این است که تجزیه و تحلیل ممکن است با برش‌های مختلفی نظیر تجزیه و تحلیل محیط استراتژیک و محیط عملیاتی، تجزیه و تحلیل کلان‌نگر و بخشی‌نگر، تجزیه و تحلیل جامع و محدود و یا تجزیه و تحلیل بلندمدت و کوتاه‌مدت صورت پذیرد.

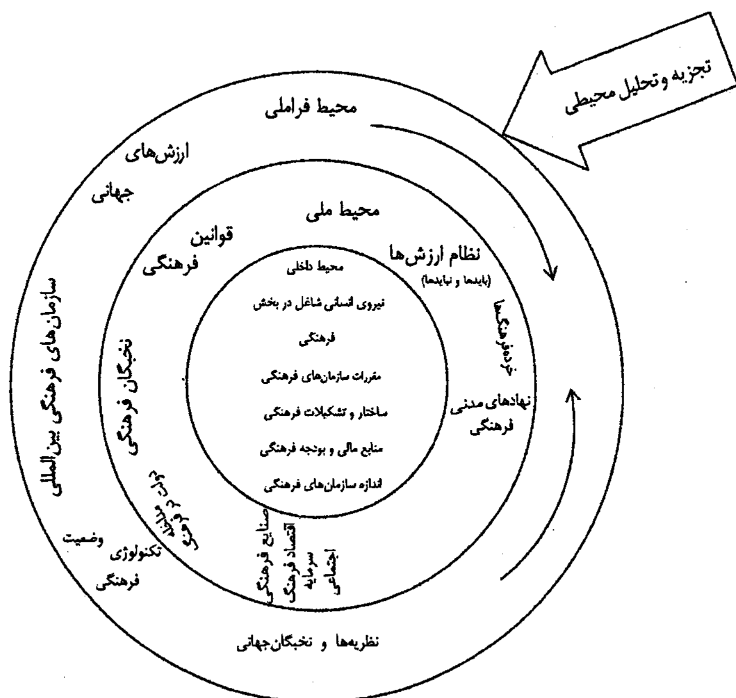
ارزیابی، تدوین و اجرای راهبردها

گام پنجم برای ارزیابی راهبردهای فعلی، بر مبنای مأموریت و فلسفه وجودی سازمان و شناخت و تجزیه و تحلیل خارجی و داخلی آن است. دو گزینه در این وضعیت متصور است:

ـ عدم نیاز به تغییر راهبردهای فعلی که به معنای صحت راهبردهای فعلی و ادامه وضع موجود است.

ـ تعدیل راهبردها که به معنای بازنگری راهبردهای قدیم در کنار طراحی راهبردهای جدید، متعالی‌تر و کاهش‌مدار است.

با توجه به بلندمدت بودن برنامه‌ریزی جامع فرهنگی، بدیهی است که با تعدیل راهبردها روبرو شویم. در این حالت نوبت به گام ششم یعنی تدوین راهبردهای جدید می‌رسد که این راهبردها با توجه به حوزه مورد برنامه‌ریزی، متفاوت هستند.



نمودار ۴ـ۵: تجزیه و تحلیل محیط خارجی

اصولاً استراتژی، الگو یا برنامه‌ای است که هدف‌های بنیادی، سیاست‌ها و زنجیرهٔ اقدام‌های یک سازمان را در قالب یک مجموعه منسجم نظام می‌بخشد. (Quinn, 1999: 5) استراتژی تعیین هدف‌های اساسی و بلندمدت یک سازمان و گزینش اقدامات و تخصیص منابع لازم برای دستیابی به این هدف‌هاست. (Chandler, 1962:13) استراتژی، برنامه‌ای یکپارچه، جامع، منسجم و هماهنگ است که مزیت‌های استراتژیک سازمان را به چالش‌های محیطی آن مرتبط می‌سازد. استراتژی برای ایجاد اطمینان از این موضوع که هدف‌های اساسی سازمان از طریق اقدامات مناسب تأمین خواهند شد، طراحی می‌شود. (Jauch and Clueck, 1988:11) هدف اساسی در تدوین استراتژی، گزینش راهبردهایی است که سازمان را به سمت هدف‌هایش رهنمون می‌سازد. (Gerto and Peter, 1990:13)

پس از تدوین راهبردها، گام هفتم، زمینه‌سازی لازم برای اجرای راهبردهاست. مؤثرترین و زیباترین اندیشه‌ها و آرمان‌ها تا هنگامی که زمینه عملیاتی پیدا نکنند، اثر آن‌ها فقط بر روی کاغذ باقی خواهد ماند. در اجرای استراتژی، تصمیم‌گیری در باره همخوانی استراتژی و ساختار، توسعه بودجه‌ها، استراتژی‌های عملیاتی و سیستم‌های انگیزشی و نظارت بر اثربخشی استراتژی مطرح است. (Byars, 1991:18) اجرای استراتژی شامل تخصیص منابع یا تخصیص دوباره منابع ـ اعتبارات، تجهیزات و نیروی انسانی ـ است. همچنین اجرای استراتژی نیاز به منابعی دارد که تنها به کمک مدیریت رده بالای سازمان قابل تأمین است. (Chandler, 1962:11) بنابراین، حلقه برنامه‌ریزی راهبردی با اجرای راهبردها و سپس گام هشتم، یعنی ارزیابی میزان اثربخشی راهبردها، تکمیل می‌شود. وجود حلقه مکملی به نام «حلقه بازخورد» نظام برنامه‌ریزی را از عملکرد خود مطلع و حیات و بقای آن را تضمین می‌کند. بنابراین، طراحی ساز و کارهای مناسب برای ارزیابی عملیات با رویکرد شناخت انحرافات احتمالی و به‌کارگیری اقدامات اصلاحی، معطوف کردن جهت اقدامات به سمت چشم‌اندازها، رسالت‌ها و فرجام‌ها حکایت از بازنگری مستمر در فرایند ارزیابی برنامه‌های جامع و راهبردی فرهنگی دارد.

برنامه‌ریزی استراتژیک (راهبردی)

حال که گام‌های هشتگانه در برنامه‌ریزی جامع و راهبردی در حوزه فرهنگ مطرح شد، در ادامه، ضمن ارائه تعاریفی از برنامه استراتژیک، به ذکر ضرورت‌ها و ملاحظات اساسی در برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی پرداخته خواهد شد.

برنامه‌ریزی استراتژیک فرایندی است که با تخصیص منابع یک سازمان به منظور دستیابی به مأموریت و هدف‌های حال و آینده آن، در محیطی پویا و رقابتی شکل می‌گیرد. (Dubrin, Irieand, and Williams, 1989:122)

برنامه‌ریزی استراتژیک، تلاشی منظم و سازمان‌یافته در جهت اتخاذ تصمیم‌ها و مبادرت به اقدامات بنیادی است که به موجب آن‌ها سؤالاتی نظیر یک سازمان چیست، چه می‌کند و چه اموری را انجام می‌دهد؟ مشخص خواهد شد. (برایسون، ۳:۱۹۸۸)

ضرورت‌ها و ملاحظات اساسی به هنگام برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی

ملاحظات ساختاری

۱. برنامه‌ریزی باید متناسب با ساختار، سازمان و نهادهای فرهنگی، و یا در چارچوب آن‌ها باشد.

۲. نظام فرهنگی باید از انسجام کافی برخوردار باشد (این انسجام شامل ساختارها، نهادها، تشکیلات، مدیران، بودجه، منابع انسانی و... است).

۳. برنامه‌ریزی فرهنگی باید در جهت کاهش تصدی‌گری دولت و برعکس در جهت افزایش بسترسازی، حمایت و نظارت‌پذیری دولت باشد.

۴. برنامه‌ریزی فرهنگی باید از هر گونه رویکرد سلیقه‌ای، خودمحوری، تک‌محوری و... پرهیز کند.

۵. برنامه‌ریزی فرهنگی باید سه عامل سازمان (نهاد)، جامعه و فرد را تحت تأثیر قرار دهد.

۶. لازم است در برنامه‌ریزی فرهنگی، نقش‌های میان دولت، نهادها، مدیریت، منابع انسانی و منابع مادی (بودجه‌ای) به خوبی تبیین و تعریف شود.

۷. برنامه‌ریزی فرهنگی با ظرفیت مدیریت فرهنگی کشور انطباق داشته باشد (مدیران باید توانایی اجرای برنامه‌ها را داشته باشند).

ملاحظات مربوط به نیروی انسانی

۱. برنامه‌ریزی فرهنگی باید رویکرد مشارکت‌جویانه داشته باشد؛ به عبارتی تعامل با جامعه هدف باشد.

۲. برنامه‌ریزی فرهنگی باید در تولید انگیزش اجتماعی جهت نقش‌پذیری انسان‌ها مؤثر باشد.

۳. برنامه‌ریزی فرهنگی باید به خلاقیت و پویایی فرهنگی در متن اجتماع منجر شود.

۴. برنامه‌ریزی فرهنگی باید همگرایی فرهنگی را در جامعه افزایش دهد و از چندپارگی دوری جوید.

۵. برنامه‌ریزی فرهنگی بایستی منجر به اقناع ذی‌نفعان شود.

۶. برنامه‌ریزی فرهنگی باید مبتنی بر نیازها و ذائقه فرهنگی و بر اساس نیازسنجی مشتریان باشد.

۷. برنامه‌ریزی فرهنگی باید بر توانمندی‌ها، مقدورات، ظرفیت‌های انسانی و... منطبق باشد.

ملاحظات مربوط به اقتضائات

۱. برنامه‌ریزی فرهنگی باید رویکردی منعطف داشته باشد.
۲. برنامه‌ریزی فرهنگی باید دارای رویکرد پویا باشد؛ یعنی دائماً خود را با تحولات هماهنگ کند.
۳. برنامه‌ریزی فرهنگی بایستی وظایف همه بخش‌ها را مشخص و معین کند.
۴. برنامه‌ریزی فرهنگی باید فراگیر، عام و قابل انطباق با کل محیط فرهنگی باشد.
۵. ضروری است برنامه‌ریزی فرهنگی در سطوح مختلف اجتماعی از قابلیت اجرایی، انطباق فرهنگی و پذیرش اجتماعی برخوردار باشد.
۶. برنامه‌ریزی کلان فرهنگی باید دارای رویکرد باز و غیر متمرکز باشد و به شدت از رویکرد بسته، متمرکز و اقتدارگرا پرهیز کند.
۷. ضروری است برنامه‌ریزی فرهنگی با تعامل و تبادل فرهنگی همراه باشد.

ملاحظات مدیریتی

۱. برنامه‌ریزی فرهنگی باید دارای انطباق، همسویی و رابطه عمودی با هدفگذاری، چشم‌انداز و دکترین فرهنگی باشد.
۲. برنامه‌ریزی فرهنگی باید بر مبنای اولویت‌ها، خط‌مشی‌ها و سیاستگذاری‌های کلان فرهنگی کشور باشد.
۳. برنامه‌ریزی فرهنگی باید اثربخش و رضایت‌آفرین باشد و این اثر باید قابل سنجش و اندازه‌گیری باشد.
۴. برنامه‌ریزی فرهنگی باید با محیط فرهنگی و محیط فرافرهنگی سازگاری لازم را داشته باشد.
۵. لازم است آثار برنامه‌ریزی فرهنگی در جامعه محسوس باشد.
۶. برنامه‌ریزی باید دارای رویکردی توسعه‌محور باشد، در غیر این صورت به سمت میرایی و انجماد فرهنگی حرکت خواهد کرد.

۷. برنامه‌ریزی فرهنگی باید به حل ریشه‌ای آسیب‌ها و تهدیدات فرهنگی منجر شود.

۸. برنامه‌ریزی فرهنگی باید منجر به امنیت فرهنگی و اعتمادسازی در درون جامعه شود.

۹. برنامه‌ریزی فرهنگی بایستی با تلاش آگاهانه جهت وصول به اهداف با استفاده از امکانات، فرصت‌ها، مقدورات و هماهنگی‌ها در زمان معین و برای مخاطبان اقدام ورزد.

نتیجه‌گیری

با توجه به دگرگونی‌هایی که در نظام جهانی به وجود آمده و مسائل و معضلاتی که دنیا در پیش‌روی دارد، برنامه‌ریزی راهبردی ابعاد وسیع‌تری به خود گرفته است. مسائلی که روزی در چارچوب ملی جای می‌گرفت، مانند آلودگی محیط زیست، رشد جمعیت جهان، بهداشت، آموزش و رفاه عمومی و مسائل مربوط به آموزش و... امروز فراملی شده است.

مقوله فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی نیز از جمله موضوعاتی قلمداد می‌شود که طی دهه‌های اخیر توجه بسیاری از پژوهشگران و دست‌اندرکاران اجرایی امور فرهنگی را به خود جلب کرده است. بعلاوه، مدیران عالی‌رتبه و ارشد امور فرهنگی دولت، بیش از پیش نسبت به این مهم وقوف یافته‌اند که فارغ از هر دیدگاه و گرایش سیاسی، پذیرش منطق برنامه‌ریزی و به کارگیری آن در حوزه‌های اجرایی یک ضرورت تام و تمام است. از این رو، چنین به نظر می‌رسد که نخبگان فرهنگی، مدیران و سیاستگذاران دولتی در این امر اشتراک نظر دارند که به‌کارگیری دانش برنامه‌ریزی در حوزه عملیات دولت، تنها راه دستیابی روشمند، پایدار و قابل اندازه‌گیری برای اهداف و آرمان‌های کیفی فرهنگی است.

مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزهٔ دیپلماسی فرهنگی

در گذشته هنگامی که از فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی صحبت می‌شد، در اذهان، تصویری از کتابخانه، موزه، تئاتر، سینما، کنسرت، مطبوعات، هنر، آثار باستانی،

زبان، آداب و رسوم و نظایر آن مجسم می‌شد. در سطوح بالاتر، از تعداد کادرهای فرهنگی همچون تعداد نوابغ کشور، موفقیت اجتماعی هنرمندان و میزان مشارکت مردم در امور فرهنگی سخن به میان می‌آمد. همراه با کلمه فرهنگ نیز مجموعه‌ای نسبتاً محدود (که معمولاً اقشار خاصی از جامعه را شامل می‌شد) در اذهان نقش می‌بست و طبیعتاً برنامه‌ریزی آن در جهت خدمت و گسترش این مجموعه بود. اما امروزه، با توجه به تعاریف جدیدی که در حوزه فرهنگ ارائه می‌شود و نقش مؤثری که فرهنگ بر سایر عوامل می‌گذارد، چشم‌انداز جدیدی به تصویر کشیده می‌شود و متعاقباً برنامه‌ریزی آن هم در ارتباط با سایر بخش‌ها و کل کشور، شکل دیگری به خود می‌گیرد. اگر این سخن امام خمینی(ره) را بپذیریم که «راه اصلاح یک مملکت، فرهنگ آن مملکت است»، همچنین به این باور برسیم که «فرهنگ به ما وسیله‌ای می‌دهد تا به کمک آن جای خود را در جهان بیابیم» و «فرهنگ فرصتی فراهم می‌آورد تا انسان هویت و توانایی خود را برای آفرینندگی و بیان بازیابد» و اگر ایمان بیاوریم که فرهنگ وجدان تمامی کوشش‌ها و اقدامات ماست، در این صورت آیا می‌توان با ساختن چند کتابخانه، موزه، سینما و... هدف را محقق و وظیفه خطیر برنامه‌ریزی فرهنگی را انجام یافته تلقی کنیم؟ در حالی که چالش‌های فراوان ارزشی، هنجاری، نسلی و... در جامعه ما وجود دارد و همه چیز را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

منظور این نیست که ساختن کتابخانه، موزه و نظایر آن نباید جزو کارهای فرهنگی به حساب آید، بلکه از آن‌جا که عوامل مؤثر در شکل‌گیری فرهنگ جامعه متعدد هستند، نمی‌توان بر تأثیر این‌گونه عوامل تأکید زیادی کرد. به طور کلی، با توجه به این‌که روش برنامه‌ریزی در بخش فرهنگ، مانند روش برنامه‌ریزی سایر بخش‌ها، از دو مرحله نظری و عملی تشکیل می‌شود و معمولاً بین بخش‌های نظری و عملی شکاف وجود دارد، همچنین به دلیل گستردگی دامنه فرهنگ، عدم امکان دسترسی به همه ابزارهای برنامه‌ریزی و پیچیدگی برنامه‌ریزی در مسائل فرهنگی، این شکاف در بخش فرهنگ بیش‌تر است. (احمدی، ۱۳۷۰:۵)

بنابراین، این سؤال پیش می‌آید که آیا بدون ملاحظه محیط درونی و بیرونی کشور می‌توان به امر برنامه‌ریزی فرهنگی پرداخت؟ با توجه به موارد مطروحه در این نوشتار، سعی می‌شود به برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی در سطح کلان پرداخته شده و به نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و محدودیت‌های آن در شرایط کنونی اشاره شود.

اهمیت مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی

مدیریت استراتژیک بر نقش مدیران جدید، حفظ و بقای پویایی حتی پس از استقرار و ثبات سازمان تأکید می‌ورزد؛ زیرا مهم‌ترین چالش فراروی مدیران امروزی را سرعت تغییرات محیطی در سازمان‌ها می‌داند. عواملی چون ماهیت اجتماعی، تکنولوژیکی، اقتصادی و سیاسی که بر موفقیت یا شکست سازمان اثر می‌گذارند، از جمله مواردی هستند که در این مقوله می‌گنجد. همچنین مواردی چون رقابت سایر شرکت‌ها، عدم اطمینان از مواد اولیه، نوسان قیمت‌ها، قوانین و مقررات دولتی، بلایای طبیعی و سرعت تغییرات به این معنی است که سازمان‌ها همزمان با اجرای عملیات، ناگزیر از برنامه‌ریزی، ابتکار، خلاقیت و هدایت هستند. یک قاعده کلی می‌گوید: «مدیریت، نگریستن به آینده است و گویای اهمیت برنامه‌ریزی در جهان.»

اساساً محیط سازمان‌های دولتی و خصوصی در سال‌های اخیر، نه تنها به شکلی روزافزون متلاطم و دگرگون گشته، بلکه پیوستگی متقابل میان محیط و سازمان نیز بیش‌تر شده است. این تلاطم و پیوستگی متقابل نیازمند واکنشی سه‌وجهی از سوی سازمان‌هاست:

ـ نخست، این سازمان‌ها باید به شکلی استراتژیک تفکر کنند.

ـ دوم، آن‌ها باید یافته‌ها و ادراکات خود را برای سازگاری با محیط‌های تغییریافته به استراتژی‌های کارساز مبدل کنند.

ـ سوم، برای تطبیق و اجرای استراتژی‌ها، آن‌ها باید با تعقل و تفکر، بستر مناسب را برای بنگاه‌ها فراهم سازند. (شرکت داده‌پردازی ایران، ۱۳۸۵)

امروزه از دانش مدیریت استراتژیک عمدتاً سازمان‌های نظامی، سیاسی و اقتصادی بهره می‌گیرند و سابقه و میزان استفاده از این نوع مدیریت در بخش فرهنگی، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته، بسیار اندک و ناچیز است. ایران پس از انقلاب شکوهمند اسلامی، که حقیقتاً یک انقلاب عظیم فرهنگی بود، صرف‌نظر از موفقیت‌های چشمگیر در حوزه فرهنگ، همواره با بحران‌های متعددی روبرو بوده است. این چالش‌ها را باید عمدتاً ناشی از ورود الگوهای فرهنگی غربی و فقدان یک نظام مدیریت کارآمد و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند دانست. به طور کلی، باید اذعان کرد که فقدان یک مدیریت و رهبری کارآمد، زمینه بهره‌مندی انقلاب اسلامی از فرصت‌های طلایی در حوزه‌های فرهنگی را به شدت کاهش داده و هم‌اکنون ما را در قبال بسیاری از معضلات فرهنگی منفعل ساخته است.

نخبگان فکری کشور به روشنی می‌دانند که بی‌توجهی به توسعه فرهنگی، کشور را از دستیابی به موفقیت‌های مطلوب اقتصادی بی‌نصیب خواهد ساخت؛ لذا در پاسخ به این پرسش که در توسعه پایدار کدام یک از دو حوزه اقتصاد و فرهنگ مقدم است؟ فرهنگ را مهم‌تر تلقی می‌کنند. در مقدمه قانون اساسی با صراحت از «اقتصاد به عنوان وسیله و نه هدف» یاد شده است، تا جایی که هدف از حکومت اسلامی را «رشد دادن انسان در جهت حرکت به سوی نظام الهی و ایجاد زمینه بروز و شکوفایی استعدادها به منظور تجلی ابعاد خداگونه انسان» می‌داند. (مجموعه قوانین با آخرین اصلاحات، ۱۵:۱۳۸۴ ـ ۱۶) بدون بسترسازی و نهادینه کردن فرهنگِ توسعه، ایجاد توسعه عملاً ناممکن خواهد بود.

در ابتدا، پرسش اصلی این است که چرا باید از مدیریت استراتژیک در حوزه فرهنگ استفاده شود؟ به نظر می‌رسد پاسخ روشن است. با توجه به تحولات گسترده در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی و تخصصی شدن همه حوزه‌های علوم اجتماعی، روشن است که مدیریت سنتی و اتخاذ تدابیر غیر علمی در سازمان‌های فرهنگی، دیگر قادر به حل مشکلات نخواهد بود و استمرار غفلت نسبت به برخی مشکلات و مسائل فرهنگی، پیامدهای غیر قابل جبرانی را در پی خواهد داشت. لذا وضعیت فرهنگی حاضر و گمانه‌زنی‌های کارشناسان در باره آینده، به‌ویژه با توجه به روند مخاطره‌آمیز جهانی‌شدن در قبال فرهنگ دینی و ملی، ایجاب می‌کند که مجموعه دستگاه‌های فرهنگی نظام، تحت یک رهبری واحد، به شکل جدیدی تفکر و اقدام کنند. در این شکل جدید، مدیریت استراتژیک به مفهوم تلاش‌های سازمان‌یافته برای اتخاذ تصمیمات و اقدامات شایسته، از بهترین گزینه‌های پیش رو به شمار می‌رود. تردیدی نیست که بهره‌گیری صحیح از دانش و فن مدیریت استراتژیک، می‌تواند علاوه بر ایجاد امکان پیشگیری، موفقیت ما را در قبال تهدیدات بالقوه و بالفعل و چالش‌های حاضر و آینده از انفعال خارج کند و به حالت فعال و نوآور تبدیل سازد. (دانشنامه رشد، ۱۴:۱۳۸۵)

امکان یا عدم امکان برنامه‌ریزی در امور فرهنگی

با توجه به آخرین تعاریف فرهنگ، اگر وجه قالب فرهنگ را مقوله‌ای کیفی به شمار آوریم، که چنین هم هست، در این صورت این پرسش مطرح می‌شود که آیا کیفیت‌ها

قابل برنامه‌ریزی هستند یا نه؟ در مورد برنامه‌ریزی فرهنگی، صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران امور فرهنگی به دو گروه تقسیم شده‌اند:

۱. گروه اول معتقدند که در مورد فرهنگ، به دلیل کیفی بودن آن نمی‌توان برنامه‌ریزی کرد؛ زیرا برنامه‌ریزی مستلزم پرداختن به کمیت‌هاست و کاربرد روش‌های کمی در این امر، اساساً معنای فرهنگ را خدشه‌دار می‌کند.

۲. گروه دوم برخلاف گروه اول، برنامه‌ریزی را در مورد فرهنگ عملی می‌دانند. از چهره‌های شاخص این گروه، لرد کلوین است. او می‌گوید: «هر چه قابل درک باشد، قابل اندازه‌گیری نیز هست. آن‌هایی که می‌گویند فرهنگ قابل اندازه‌گیری نیست، در واقع این انتقاد بر آن‌ها وارد است که قادر به درک درستی از فرهنگ نیستند.» (منصوری، ۹:۱۳۶۳) بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که حرکت‌های برنامه‌ریزی فرهنگی در جهان، در راستای این فکر صورت می‌گیرد.

دین مبین اسلام هم که الهام‌بخش همه شئون زندگی ماست، عملاً از مروجان اندیشه اخیر محسوب می‌شود؛ زیرا اگر به فلسفه بعثت انبیا و نزول کتب آسمانی دقت کنیم، درمی‌یابیم که هدف اصلی از بعثت انبیا، رشد و تعالی انسان‌ها و بهبود بخشیدن به کیفیت زندگی آن‌هاست. این حقیقت را می‌توان از مجموع احکام و دستورات اسلام و از مضمون آیات قرآن کریم استنباط کرد. چنان‌که در قرآن، کتاب آسمانی مسلمانان، آمده است: «خدا بر مؤمنان منت گذارد، آن‌گاه که رسولی از خودشان برانگیخت تا آیات خدا را بر آنان فراخواند و پاکیزه‌شان گرداند و کتاب و حکمت را تعلیمشان دهد که قبلاً در گمراهی آشکار بودند.» (سوره آل عمران، آیه ۱۶۴)

البته باید توجه داشت که فرهنگ با کیفیت زندگی در قاموس اسلام، مفهوم و معنای ویژه‌ای دارد که باید مورد مداقه قرار گرفته و نحوه برنامه‌ریزی آن مشخص شود. ناگفته نماند که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران که بر اساس احکام و دستورات اسلام تدوین شده، (در اصل ۴۳) به لزوم برنامه‌ریزی فرهنگی (به طور صریح) و در بسیاری از اصول دیگر (مانند اصل دوم، سوم و چهارم) تصریحاً یا تلویحاً به فرهنگ و برنامه‌ریزی فرهنگی اشاره شده است. (احمدی، ۹:۱۳۷۰)

در اصل سوم اولین وظیفه دولت جمهوری اسلامی «ایجاد محیط مساعد برای رشد فضایل اخلاقی بر اساس ایمان، تقوی و مبارزه با کلیه مظاهر فساد و تباهی» و وظیفه دوازدهم دولت «پی‌ریزی اقتصاد صحیح و عادلانه بر طبق ضوابط» ذکر شده است. (مجموعه قوانین با آخرین اصلاحات، ۲۲:۱۳۸۴)

مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک

مدیریت استراتژیک عبارت است از «هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات بین وظیفه‌ای که سازمان را در رسیدن به اهدافش توانمند می‌سازد.» (دیوید: ۱۹:۱۳۸۴) مدیریت استراتژیک با برنامه‌ریزی استراتژیک همخانواده است و دارای سه جزء اصلی است: ۱. تدوین استراتژی؛ ۲. اجرای استراتژی؛ ۳. ارزیابی استراتژی.

مدیریت استراتژیک تمامی ابعاد سازمان را در تدوین و اجرای اهداف استراتژیک و استراتژی‌ها دربرمی‌گیرد. گام‌های کلی برنامه‌ریزی استراتژیک را می‌توان به اجمال این گونه برشمرد:

تعیین مأموریت، دیدمان (چشم‌انداز) و اهداف

در مدیریت استراتژیک فرهنگی سه نکته حائز اهمیت و دخیل در تصمیمات وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد:

۱. محیط داخلی (اعم از محیط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، امنیتی و فرهنگی).

۲. محیط جهانی که به طور مستقیم یا مجازی بر روی کلیه تصمیمات استراتژیک اثر می‌گذارد.

۳. تکنولوژی (خصوصاً تکنولوژی ارتباطات رسانه‌ای).

«مدیریت استراتژیک فرهنگی عبارت است از نگرش کل‌نگر به کلیه عوامل و پدیده‌های دخیل و مؤثر در نظام فرهنگی» به نحوی که محصول اجرای مدیریت استراتژیک «نگاه انسجامی و سازوارگی» در عرصه مدیریت، نهادها و کادرهای فرهنگی است.

مأموریت فرهنگی در جمهوری اسلامی (چشم‌انداز فرهنگی)

۱. مأموریت فرهنگی درج.ا.ا عبارت است از چشم‌انداز «رهبری نظام فرهنگی در سطح ملی با آگاهی از محیط داخلی و بین‌المللی، توانمندی‌ها، ظرفیت‌ها، قوانین، ارزش‌ها و هنجارهای درونی که نسبت به راهبری منابع سیستم تلاش می‌کنند». این مأموریت:

الف) چیستی سازمان یا نظام فرهنگی را تبیین می‌کند.

ب) بیان‌کننده آرزوها و آرمان‌های نظام فرهنگی است.

ج) امکان رشد و خلاقیت در اجزای سیستم و ساختار نهادها و کادرهای فرهنگی را ایجاد می‌کند.

د) با نگرش دقیق بر چالش‌ها و تهدیدات فرهنگی، ما را در حل آن‌ها یاری می‌رساند.

ه) از نظر جهتگیری و درک شرایط پویاست.

به تعبیر پیتر دراکر «مأموریتی که به قدر کافی الهام‌بخش اندیشه نیست، تنها دلیل ناکامی سازمان یا نهاد است.»

۲. «مأموریت» مقصود و ارزش‌های اصلی سازمان (و حوزه عملکرد آن) را مشخص می‌کند. در واقع عبارتی است که دلیل وجودی سازمان (یا فلسفه وجودی آن) را بیان می‌دارد.

۳. «دیدمان استراتژیک» فرای بیانیه مأموریت سازمان است و چشم‌اندازی را مشخص می‌کند که سازمان بدان‌جا می‌رود و به آن تبدیل می‌شود.

تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی

توفیق مدیریت استراتژیک درگرو ارزیابی صحیح و همه‌جانبه محیط سازمان است. شایان ذکر است «ذی‌نفعان»، افراد و گروه‌هایی هستند که از حصول مأموریت، اهداف و استراتژی‌های سازمان تأثیر می‌پذیرند. ذی‌نفعان عبارتند از: خریداران، تأمین کنندگان، رقبا، سازمان‌های دولتی و قانونگذار، اتحادیه‌ها و گروه‌های کارگری (یا کارمندی)، جامعه مالی، مالکان و سهامداران و انجمن‌های بازرگانی و تجاری.

به تعبیر جرج سلک، «اگر سرعت عملتان بیش‌تر از رقیب نیست، در وضعیت شکننده‌ای قرار دارید و اگر سرعت عملتان کم‌تر از رقیب است به آخر خط رسیده‌اید.» (دیوید، ۴۲:۱۳۸۴) محیط بیرونی عبارت است از شناسایی متغیرهای اصلی در سه سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که نظام نهاد و ساختار فرهنگی باید در برابر آن‌ها واکنش عملی نشان دهد.

عوامل اصلی دخیل در محیط بیرونی مدیریت استراتژیک فرهنگی

۱. تحولات هنجاری و ارزشی در سطح نیروهای اجتماعی.

۲. تحولات سیاسی در سطح نظام سیاسی و بین‌المللی شامل توانمندی‌ها، متغیرها و... دخیل در نظام فرهنگی (آیا سیاست بر فرهنگ غلبه دارد یا بالعکس، احاطه سیاست بر فرهنگ محصول جهان سوم است).

۳. تحولات اقتصادی در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی (رابطه فقر، عدالت و توسعه با فرهنگ).

۴. تحولات تکنولوژیک، خصوصاً تکنولوژی ارتباطات و تأثیر آن در مدیریت استراتژیک فرهنگی (افزایش سطح آگاهی جامعه، دسترسی به کلیه فرآورده‌های فرهنگی جهان و...).

۵. نظام قانونگذاری.

۶. نگرش دولت به عرصه فرهنگ (اولویت سرمایه‌گذاری فرهنگی، هم به عنوان استراتژی و هم به عنوان برنامه عمل یا بالعکس، اولویت اقتصادی و...).

۷ تحولات جهانی فرهنگ ناشی از جهانی‌شدن یا جهانی‌سازی «شناخت دقیق رویکردهای ادغام فرهنگ جهانی یا تنوع فرهنگ جهانی».

۸. تغییرات جمعیتی و تأثیر آن بر نظام فرهنگی شامل تحولات نسلی، شکاف نسلی، شکاف ارزشی، شکاف هنجاری، شکاف جنسیتی زن و مرد و...

عوامل فرعی دخیل در برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی

۱. نرخ امید به آینده

۲. مسئولیت‌پذیری اجتماعی

۳. نرخ سرمایه اجتماعی

۴. ارزش‌ها و فضیلت‌های اخلاقی

۵. نرخ مهاجرت مغزها و نخبگان

۶. میزان انسجام فرهنگی

۷. میزان تهاجم‌پذیری فرهنگی (انفعال و وادادگی فرهنگی)

۸. نرخ ناهنجاری‌های فرهنگی و اجتماعی (بیست ناهنجاری دهه سوم شناسایی شده است).

تحلیل نقاط قوت و ضعف داخلی

همزمان با تحلیل محیط بیرونی سازمان، باید نقاط قوت و ضعف حوزه‌های کاری عمده داخل سازمان نیز مورد ارزیابی و سنجش قرار گیرند. در این راستا باید منابع (و میزان آن‌ها) و شایستگی‌های محوری سازمان مشخص شوند تا بتوان آن‌ها را با دیگران مقایسه کرد.

منابع و شایستگی‌های محوری

الف) منابع، ورودی تولید سازمان هستند که می‌توان از طریق ذخیره‌سازی (و تجمع آن‌ها) در یک دوره زمانی، عملکرد سازمان را بهبود بخشید.

ب) شایستگی‌های محوری، به چیزهایی اطلاق می‌شود که یک سازمان به طور ویژه قادر به انجام آن است.

ترازیابی

ترازیابی فرآیندی است که کارکردها و مهارت‌های اصلی یک سازمان با سایر سازمان‌ها (یا مجموعه‌ای از آن‌ها) را مقایسه می‌کند تا مشخص شود چقدر می‌تواند «خوب» عمل کند (میرزا امینی، برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک، ۱۳۸۵).

تجزیه و تحلیل SWOT در برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی در ایران

SWOT مرکب از واژه‌های قوت‌ها و ضعف‌های[1] داخلی کسب و کار و فرصت‌ها و تهدیدات[2] محیط آن است. تجزیه و تحلیل SWOT شناخت نظام‌یافته این عوامل و انتخاب استراتژی است که بهترین ترکیب میان آن‌ها را ایجاد می‌کند. منطق این تجزیه و تحلیل به حداکثر رساندن فرصت‌ها و قوت‌ها در یک استراتژی اثربخش و به حداقل رساندن ضعف‌ها و تهدیدات آن است. این فرض ساده اگر به درستی اجرا شود، تأثیرات عمده‌ای بر انتخاب و طراحی استراتژی اثربخش خواهد داشت. (پیرس، رابینسون، ۳۰۷:۱۳۷۶)

بررسی محیط خارجی

اصولاً تعریف و ترسیم قلمرو محیط خارجی یک سازمان به اهداف و وظایف آن وابسته است. برای اغلب مؤسسات فرهنگی شناخت به‌روز و عمیق مخاطبان، یا به تعبیری مخاطب‌شناسی، که دربردارنده درک مختصات، نیازها و انتظارات آنان (مخاطبان) باشد، حائز اولویت است. نباید فراموش کرد که در یک عملیات استراتژیک، جهت‌دهی به نیازهای مخاطبان نیز منوط به شناخت دقیق آن‌ها خواهد بود، لذا علاوه بر روان‌شناسی مخاطب، جامعه‌شناسی مخاطب نیز در یک بررسی

---

1. Strengths and Weaknesses
2. Opportunities and Threats

کارآمد ضروری به نظر می‌رسد. این‌که مخاطب در چه جامعه و با چه مختصات و پیشینه‌ای زندگی می‌کند، نباید از دستور بررسی خارج شود. تحقیقاً یکی از مشکلات مزمن اغلب مؤسسات فرهنگی در ایران عدم توجه به مخاطب‌شناسی روزآمد و مواجهه نهایی با این مقوله است. (دانشنامه رشد، ۱۳۸۵)

فرصت‌های برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران: فرصت، یک موقعیت مطلوب در محیط سازمان و نهاد است. روندهای کلیدی یکی از منابع فرصت تلقی می‌شوند. شناخت یک بخش از بازار که پیش از این فراموش شده بود، تغییر در وضعیت رقابت یا قانون، تغییرات فن‌شناختی و بهبود روابط با خریداران یا تأمین‌کنندگان، می‌تواند برای مؤسسه فرصت تلقی شود. (پیرس، رابینسون، ۱۳۷۶: ۳۰۷) فرصت‌های برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران امروز عبارتند از:

۱. وجود اشتراک نظری و عملی فرهنگ اسلامی در تولید هنجارهای فرهنگی در گستره مناطق اسلامی.

۲. امکان تولید روابط فرهنگی قومی و همزیست‌گونه رسانه‌ای با کشورهای اسلامی از مالزی تا آفریقا و مصر.

۳. همکاری مشترک رسانه‌ای و توزیع محصولات جدید نرم‌افزاری، رسانه‌ای و ماهواره‌ای در کشورهای اسلامی.

۴. استفاده از دیرینگی حضور زبان پارسی و تاریخ ملی کشورمان در دانشگاه‌های دنیا به منظور صیانت از مرزهای ملی و فرهنگی.

تهدیدات برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران: تهدید، یک موقعیت نامطلوب عمده در محیط مؤسسه است. تهدید، یک مانع یا محدودیت کلیدی در موقعیت جاری یا آینده است. ورود یک کامپیوتر جدید، رشد کند بازار، افزایش قدرت چانه‌زنی خریداران یا تأمین‌کنندگان کلیدی، تغییرات عمده فن‌شناختی و تغییر مقررات و قوانین همگی می‌توانند تهدیدات عمده‌ای برای موفقیت آینده مؤسسه باشند. (همان: ۳۰۷)

تهدیدات برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران عبارتند از:

۱. اشباع بازار مصرف فرهنگی جامعه با کالاهای جذاب غیر خودی (فرهنگ غیر).

۲. تلاش منسجم در سمت‌دهی نیازها و دسته‌بندی مخاطبان فرهنگی داخل توسط برنامه‌های فرهنگی بیگانه.

۳. تبلیغات ضد هنجاری حاکم در امواج رسانه‌ای و کالاهای فرهنگی مصرفی و انتقالی بیگانه به کشور.

۴. تلاش در نهادینه کردن بخشی از الگوهای رفتاری و فرهنگی در نسل نو.

۵. افزایش قدرت رسانه‌ای بیگانه و برتری بخشیدن در دسترسی، کیفیت و تنوع‌پسندی برای مخاطبان در داخل.

۶. نمایش آستانه تحمل فرهنگی خود و توزیع و شیوع آن در کشور.

۷. جایگزینی آرمان‌ها و ارزش‌های گسست‌ناپذیر فرهنگی بین نسلی (پس از تبلیغ و نهادینه‌سازی هنجاری).

۸. برگزیدن استراتژی تبلیغ ملیت بدون مذهب و شعار جدایی دین از حکومت به جای شعار دین از سیاست.

۹. ممانعت از تبلیغ حوزه‌های پویایی و نشاط ملی در رسانه‌های کشور توسط غیر خودی.

۱۰. فراهم‌سازی شرایط و فضای حضور و بروز موضوعات چالش‌زا و تنش‌برانگیز در خرده فرهنگ‌ها و قومیت‌ها.

بررسی محیط درونی

بررسی محیط درونی عبارت است از بررسی نقاط قوت و ضعف سازمان و تدوین اهداف بلندمدت و استراتژی‌هایی که از نقاط قوت درونی حداکثر بهره‌مندی را داشته‌اند و بر نقاط ضعف فائق آمده‌اند. به طور کلی تلفیق استراتژی و فرهنگ مهم‌ترین رسالت مدیران استراتژیک فرهنگی در نظام فرهنگی است.

عوامل دخیل در محیط درونی: فرهنگ سازمانی، الگوی رفتاری است که توسط سازمان ایجاد می‌شود، چرا که سازمان می‌آموزد چگونه با مسائل مربوط به تطابق بیرونی و انسجام درونی برخورد کند. این الگو ارزشمند تلقی شده و به اعضای جدید سازمان آموخته می‌شود.

فرآورده‌های فرهنگ عبارتند از: ارزش‌ها، باورها، آداب و رسوم، تشریفات، اسطوره‌ها، داستان‌ها، افسانه‌ها، حماسه‌ها، زبان‌ها، نمادها و قهرمان‌ها.

در مدیریت استراتژیک فرهنگی، فرهنگ سازمانی می‌تواند:

۱. در برابر تغییرات مقاومت کند (تحول فرهنگی در سطح نظام فرهنگی نیازمند

تحول در (الف) استراتژی‌های فرهنگی، (ب) نخبگان فرهنگی، و (ج) نهادها و ساختارهای فرهنگی است).

۲. مانع مدیریت استراتژیک باشد.

نقاط قوت برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران

قوت منبع مهارت دیگری است نسبت به رقبا و نیازهای بازارهایی که سازمان در آن‌ها کار می‌کند یا خواهد کرد. قوت یک شایستگی متمایز است که مزیتِ مقایسه‌ای سازمان در بازار می‌شود. منابع مالی، تصویر ذهنی، رهبری بازار و روابط با خریداران و تأمین‌کنندگان نمونه‌هایی از این دست است. (همان: ۳۰۸)

نقاط قوت برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران عبارتند از:

۱. قابلیت‌های فرهنگ شیعی و ایرانی در رویکردهای ارزشی و تاریخی کشور.

۲. قابلیت‌های بازتولید هویت فرهنگی، تعصب خانوادگی و... در کشور.

۳. فراوانی چهره‌های فرهنگی در میان نخبگان سیاسی.

۴. امکان بهره‌مندی از رسانه‌های مکتوب و غیر مکتوب در جهت جذب مخاطبان و اطلاع‌رسانی فرهنگی با ابزارهای مدرن.

۵. امکان استفاده از حضور فعال و ایفای نقش نظارتی و کنترل مردم.

۶. قابلیت ترغیب‌سازی و مشارکت‌جویی فرهنگی از طریق رسانه‌ها، حوادث و تبلیغ مثبت چشم‌اندازها و چالش‌ها.

۷. حضور قابل توجه رسانه صدا و سیما در قریب به اتفاق اسکان جمعیتی (بالاتر از هشتاد درصد).

۸. قدرت هدایت افکار عمومی از طریق رسانه‌ها و فرهنگ‌سازی در شرایط بحرانی.

۹. افزایش سطح تحصیلات و دانایی و آگاهی ملی در حوزه درک واقعی از منابع ملی و ارزشی.

۱۰. وجود نهادها و سازمان‌هایی که قابلیت ذاتی تولید محصولات فرهنگی نو و جدید را دارا هستند.

۱۱. تراکم قابلیت‌های اشتراک‌ساز مذهبی، قومی، نژادی و گویشی در چند افق جغرافیایی و ملی.

۱۲. سابقه دوستی و همزیستی دیرینه اقوام و ادیان ایرانی در قالب مرزهای ملی.

نقاط ضعف برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران

ضعف یک محدودیت یا کمبود در منابع، مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که مانع عملکرد اثربخش می‌شود. این ضعف ممکن است در تجهیزات، منابع مالی، توانایی‌های مدیریتی، مهارت‌های بازاریابی و تصویر ذهنی نمود پیدا می‌کند. (همان:۳۰۷)

از جمله نقاط ضعف برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران عبارتند از:

۱. کاهش تعلق به هویت دینی ـ ملی.

۲. تبدیل شدن فرهنگ‌سازان به سیاست‌بازان.

۳. فقدان تعامل پویا میان نظام برنامه‌ریزی و نیازهای فرهنگی.

۴. ضعف یکپارچگی و انسجام مشترک در پیگیری چشم‌انداز و رسالت فرهنگی کشور.

۵. وجود مراجع متعدد و ناهماهنگ در سیاستگذاری فرهنگی.

۶. عدم توجه به فرهنگی کردن رویکرد دینی مردسالاری در قبال الگوی غربی دموکراسی فرهنگی.

۷. غلظت توجه دولت به ماهیت فرهنگ و رهاسازی روش‌های تحقق.

۸. ضعف تعامل نظام برنامه‌ریزی استراتژی فرهنگی با برنامه‌های کلان کشور.

۹. بی‌توجهی به اصل نشاط و پویایی در نهادینه‌سازی فرهنگی.

۱۰. پرهزینه‌سازی فعالیت فرهنگی در قبال فعالیت‌های اجتماعی.

۱۱. افت شدید اعتبار گروه‌های مرجع فرهنگی و ارزشی در کشور.

۱۲. عدم توانایی هنجارها و ابزارهای فرهنگی در مقابله با هجوم فرهنگ بیگانه.

۱۳. مصرف‌گرایی مفرط فرهنگ غیر خودی.

۱۴. ضعف دستگاه‌های فرهنگی در شبیه‌سازی نیازهای هنجاری معاصر.

۱۵. ظهور اپوزیسیون‌های جدید با گفتمان‌های فرهنگی.

۱۶. ترویج الگوهای غیر و سرگشتگی در نهادهای بنیادین فرهنگی از خانواده تا آموزش و پرورش.

۱۷. شیوع لمپنسیم فرهنگی در رسانه‌های جمعی و غالب (سینما، اینترنت، ماهواره و...).

۱۸. فقدان توانایی در معرفی و تبلیغ الگوهای مناسب و شایسته فرهنگی برای نسل نو.

۱۹. ضعف مبانی فعالیت و تشکل در نهادهای فرهنگی جدید.
۲۰. عدم انطباق تقاضاهای فرهنگی با امکانات و تمهیدات فرهنگی.
۲۱. عدم شفافیت اهداف در برنامه‌ها و سیاست‌های کلان فرهنگی.
۲۲. فقدان تعریف منطقی، اصولی و قابل اجماع از خطوط قرمز فرهنگی.
۲۳. نبود تعریف مشخص از خود و دیگری در فرهنگ سیاسی.
۲۴. متغیر بودن آستانه تحمل فرهنگی نظام و بروز بی‌تفاوتی.
۲۵. ضعف توجه به شیوه‌ها و ابزارهای نوین تبلیغ فرهنگی.
۲۶. بی‌توجهی به ضرورت بررسی امکان اختلاط و یا تفکیک حوزه‌ها در حدود سه جغرافیای الف) فرهنگی اسلامی، ب) فرهنگ ملی، ج) فرهنگ غربی.
۲۷. عدم آشنایی سیاستگذاران با چهره‌های نوین قدرت فرهنگی.
۲۸. ناکارآمد بودن صنعت فرهنگی کشور در انطباق خود با نیازهای فرهنگی از تولید، درک تقاضا و سیکل عرضه.
۲۹. تعارض و ابهام در حوزه‌های فقهی و فرهنگی و دستگاه‌های اجرایی فرهنگی و بروز انقطاع فرهنگی.

راهکارهای عملیاتی جهت سهولت در اجرای برنامه‌های استراتژیک

پر واضح است که موارد ذکر شده در خصوص برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی که درواقع بخش مهمی از مهندسی فرهنگی کشور است، منوط به تهیه مقدمات و ساز و کارهایی است که به پاره‌ای از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. کلیه سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی باید دارای رابطه ارگانیک و تعریف شده با هم باشند و مجموعه مؤلفه‌های محیطی، تغییرات و اثرگذاری آن‌ها مورد مطالعه و توجه جدی قرار گیرد.

۲. هر یک از فعالیت‌های فرهنگی باید دارای سازماندهی واحد و متولی مشخص و منحصر به فردی باشد و تولیت امور فرهنگی در حوزه وظیفه‌مندی دولت جنبه ستادی دارد و مبتنی بر محدوده تعریف می‌شود و مشخصه حاکمیتی است.

۳. جلوگیری از هرگونه تداخل وظایف و موازی‌کاری بین سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی به منظور اجتناب از هزینه‌های زائد و بهره‌گیری بهینه از منابع مالی.

۴. تقسیم وظایف و تعیین اختیارات سازمان‌های فرهنگی در حوزه‌های فعالیتشان بر اساس توانمندی‌ها و قابلیت‌های سازمانی، حقوقی، مالی و انسانی هر یک از آن‌ها باشد.

۵. جلوگیری از ایجاد سازمان‌های متعدد فرهنگی بر اساس تنوع رسته‌های فعالیتی در صورتی که منجر به تعدد رویه کارکردی و ناسازگاری برنامه‌های تولید باشد.

۶. ایجاد تمرکز در اقدامات ستادی جهت سیاستگذاری، برنامه‌ریزی کلان، نظارت و تنظیم اقدامات حمایتی و هدایتی در سطوح ملی و استانی و اجتناب از موازی‌کاری، پراکنده‌کاری و تعدد سازمان‌های ستادی و صف در رده‌های واحد فعالیتی.

۷. رعایت اصل ارتباط، پیوستگی، همبستگی و تجانس مأموریت، اهداف و راهبردها، متناسب بودن اختیارات با مسئولیت‌ها، رعایت اصل عدم تمرکز در امور اجرایی و سیاستگذاری استانی و رعایت تعادل در حجم و اندازه سازمان با مأموریت‌های محوله باید مد نظر قرار گیرد.

۸. شفاف‌سازی تعامل دولت با نهادهای فرهنگی مردم در جهت تقویت و کیفیت بخشیدن به فعالیت‌های آن‌ها و نیز شفاف‌سازی تعامل دولت با حوزه‌های علمیه، با فرض حفظ استقلال آن‌ها و گسترش خدمات متقابل. (حسینی، کرامتی، ۱۳:۱۳۸۵)

نتیجه‌گیری

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می‌توان به ضرورت استفاده از آن پی برد. با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی، لزوم به‌کارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با این‌گونه مسائل بیش‌تر از گذشته ملموس می‌شود؛ این برنامه چیزی جز برنامه استراتژیک نیست. مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه‌حل بسیاری از مسائل سازمان‌های امروزی است. پایه‌های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکت‌های رقیب، بازارها، قیمت‌ها، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، توزیع‌کنندگان، دولت‌ها، بستانکاران، سهامداران و مشتریان دارند و این عوامل تعیین‌کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. پس یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که سازمان‌ها برای حصول موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره گیرند، «مدیریت استراتژیک» خواهد بود.

برنامه‌ریزی استراتژیک را می‌توان تلاشی منظم، زمان‌بندی‌شده و سازمان‌یافته جهت مبادرت به اجرای عملیات استراتژیک که دربردارنده نحوه تحقق استراتژی‌هاست تعریف کرد. در واقع برنامه‌ریزی صحیح به ما امکان می‌دهد با یک ملاحظه منسجم و جامع‌نگر نسبت به تمامی امکانات مادی و معنوی یک سازمان

و بسیج آن‌ها جهت پیشبرد استراتژی‌هایی که ما را به دستیابی به اهداف رهنمون خواهد ساخت، گام برداریم.

اصولاً برنامه‌ریزی استراتژیک نمی‌تواند بدون اجرای مراحل پیشینی که در این بخش به آن‌ها اشاره شد، تدوین شود. در حوزه فرهنگ نیز به اقتضای مأموریت کلان، تدوین برنامه‌های درازمدت کارساز خواهد بود. بنابراین آنچه در برنامه‌ریزی استراتژیک فرهنگی در سطح کشور لازم است، داشتن شناخت کافی نسبت به فرصت‌ها، تهدیدات، نقاط قوت و نقاط ضعف است که در این بخش سعی شد به بیش‌تر این موارد اشاره شود.

البته نباید فراموش کرد که یک تفاوت اساسی میان نظام فرهنگی کشور ما با سایر کشورها وجود دارد که کار سازماندهی فرهنگ را مقوله‌ای سهلِ ممتنع می‌نماید و آن این است که در بسیاری از کشورها، فرهنگ (عمومی، تاریخی و دینی) در خدمت موفقیت‌هایی سیاسی و اقتصادی قرار می‌گیرد، در حالی که در نظام اسلامی ما همه سازمان‌ها و توانمندی‌ها در راستای اهداف فرهنگی تعریف می‌شوند.

۵

مدلی برای دیپلماسی فرهنگی و راهبردها

مدل دیپلماسی فرهنگی

برای طراحی این مدل ابتدا پاسخ به این سؤال را بررسی می‌کنیم: آیا می‌توان یک الگوی دیپلماسی فرهنگی تأثیرگذار طراحی کرد؟

بدون شک سیاست خارجی هر کشوری دارای ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی استراتژیک از یک سو و اولویت‌های درجه‌بندی شده‌ای نسبت به مناطق مختلف از سوی دیگر است که ترکیب و تلفیق آن‌ها رفتار خارجی آن کشور را شکل می‌دهد. از میان این عوامل و عناصر هیچ کدام به اندازه عامل فرهنگی دیرپاتر و تأثیرگذارتر نیست؛ از سوی دیگر، به جرئت می‌توان گفت دولت‌ها از عامل و عناصر فرهنگی به عنوان قدرت نرم جهت توجه و تبیین رفتار سیاسی خود و ایجاد بستری مناسب برای دیگر زمینه‌ها بهره می‌برند.

بنابراین، برنامه‌ریزی فرهنگی بر اساس مناطق جغرافیای فرهنگی، بر مبنای جهانی و جهان اسلام که در مبانی مربوط به این بحث آمده، باید مد نظر قرار گیرد. رهبر معظم انقلاب در جمع رایزنان فرهنگی در باره گزینش فعالیت‌های فرهنگی بر اساس مناطق جغرافیای فرهنگی می‌گوید: «ما احتیاج داریم که در کشورهای اسلامی به نحوی، در کشورهای فرنگی به نحوی اعم از اروپا و آمریکا و بقیه کشورهای دارای تمدن‌های قدیمی و کهن در آسیا و در آفریقا به نحوی، تشخص فرهنگی و

هویتی خودمان را تبیین و ابعاد آن را روشن کنیم.» (آیت‌الله خامنه‌ای، ۷۰:۱۳۸۴)

مایکل ویلسن، دبیر اول آموزش سفارت و مدیر کل شورای فرهنگی ـ آموزشی بریتانیا در تهران، در پاسخ به سؤالی در باره برنامه‌های این شورا در چارچوب «دیپلماسی فرهنگی دولت بریتانیا در قبال ایران» می‌گوید: «علایق و درخواست‌های موجود در ایران است که اولویت‌های ما را مشخص می‌کند.» ولی ایجاد و ارتقای سطح روابط متقابل و افزایش آگاهی و درک در ایران نسبت به خلاقیت فکری و فرهنگی بریتانیا را دو هدف کلی در مسئولیت خود ارزیابی می‌کند. (حقیقی، ۲۱۲:۱۳۸۶)

ونسان گریمو، رایزن همکاری و فعالیت فرهنگی فرانسه در تهران، در پاسخ به این سؤال که آیا در قبال ایران یا هر کشور دیگری دیپلماسی فرهنگی خاصی دارید یا نه در همه جا یکسان عمل می‌کنید؟ می‌گوید: «فعالیت‌های ما در قبال کشورهای مختلف را می‌توان بر اساس ویژگی‌های خاص کشورها در سه دسته طبقه‌بندی نمود. در واقع، متناسب با شرایط خاص هر کشور در قالب این طبقه‌بندی برنامه‌های ما متفاوت است.» وی در ادامه می‌گوید که برنامه‌های کلی فعالیت‌های فرهنگی این کشور در سه دسته کشورهای عضو گروه جی هشت و کشورهای توسعه‌یافته اروپایی، کشورهای موسوم به emergent (ظهوریافته) یا در حال توسعه و کشورهای کم توسعه یافته به صورت متفاوت برنامه‌ریزی و دنبال می‌شود. (همان:۲۳۲ ـ ۲۳۳)

خانم سوزانه ریگراف،[1] دبیر اول امور فرهنگی ـ سیاسی و گفتگو با دنیای اسلام سفارت آلمان در تهران، در پاسخ به سؤال قبل می‌گوید: «برای دیالوگ با کشورهای اسلامی (جهان اسلام) برنامه ما قدری متفاوت است.» (همان:۲۴۶)

آنچه گذشت تأکیدی بر در نظر گرفتن ویژگی‌های فرهنگی کشور هدف برای فعالیت فرهنگی است. البته جامعه‌شناسان، اندیشمندان و محققان بر اساس دیدگاه و مکاتبشان جهان را به مناطق مختلف جغرافیایی ـ فرهنگی تقسیم کرده‌اند ولی مکتب ما دیدگاه متفاوتی با آن‌ها دارد و با نگاه خداشناسی و فطرت پاک بشر و رسالت انبیاء به جامعه جهانی می‌نگرد. از سوی دیگر، در یک بررسی کلی، گرایش‌های فرهنگی مناطق مختلف جغرافیایی جهان را می‌توان به چند دسته تقسیم

1. Susanne Riegraf

کرد و نوع دیپلماسی تأثیرگذار بر این مناطق را به‌کار گرفت. این تقسیم‌بندی با توجه به شرایط اقتضای دنیای معاصر قابل فرض است نه به شکل کلاسیک آن.

۱. مناطق اروپا و آمریکا: این مناطق مدعی تمدن برترند و علم و تکنولوژی را پشتوانه آن تمدن قلمداد می‌کنند و وابستگی ریشه‌ای خود به مذهب را شاید بتوان گفت فراموش کرده‌اند، در حالی که پیشرفت این تمدن مدیون ارزش و جایگاه کار در دیدگاه مسیحیت پروتستان است، ولی اکنون فلسفه این برتری را به فلسفه کهن یونان پیوند می‌زند. در عین حال، گفتگوی ادیان و تمدن‌ها از جایگاه ویژه‌ای در این مناطق برخوردار است. بنابراین، می‌توان گفت زبان تأثیرگذاری در این منطقه عبارت است از زبان علم و تکنولوژی یا به عبارتی بازگو کردن پیشرفت‌های علمی و به رخ کشیدن آن‌ها و همچنین زبان و ادبیات امروز جهانی سیاست مثل دموکراسی، حقوق بشر، حقوق زنان و دیپلماسی گفتگوی فرهنگ‌ها، تمدن‌ها و ادیان.

۲. مناطق آسیای میانه و شبه قاره: با توجه به اشتراکات تمدنی با کشورمان و تأثیرگذاری فرهنگ ایران‌زمین بر فرهنگ آن‌ها، دو نوع دیپلماسی برای دو منطقه مفروض می‌توان در نظر گرفت.

الف) در منطقه آسیای میانه از دیپلماسی زبان و ادبیات فارسی، فرهنگ و تمدن حوزه ایران قدیم و دیپلماسی نوروز که از بزرگ‌ترین اسطوره‌های ایران باستان است می‌توان بهره گرفت.

ب) در منطقه شبه قاره، به نظر می‌رسد می‌توان از دیپلماسی زبان فارسی، تمدن فرهنگ حوزه ایران باستان، تمدن اسلام و جاده ابریشم به عنوان یکی از ریشه‌ها و بسترهای مهم و تأثیرگذار روابط در این مناطق، استفاده کرد.

۳. مناطق کشورهای عربی (آفریقایی و آسیایی): در این مناطق از دیپلماسی قرآن و تمدن اسلام و آموزه‌های پیامبر اسلام(ص) به عنوان مهم‌ترین اشتراکات و زمینه‌های روابط دوستانه دوجانبه و در نهایت، زبان فارسی به لحاظ آثار مشاهیر گذشته و تاریخی کشورمان به زبان عربی و فارسی می‌توان استفاده کرد.

۴. مناطق کشورهای آفریقایی: در این مناطق می‌توان دیپلماسی علم نوین، ادبیات روز جهانی (دموکراسی، حقوق بشر)، ادیان و حتی اطلاع‌رسانی در باره وارونه نشان دادن واقعیت‌ها از سوی غرب و رسانه‌های غربی به منظور استثمار این مناطق را به‌کار برد.

۵. مناطق ملل شرق: این مناطق در دو گروه قابل تصور است: الف) ملل جنوب شرق آسیا مثل اندونزی، مالزی و... که در این مناطق باید از دیپلماسی آموزه‌های اسلامی و علم و تکنولوژی و ادبیات نوین سیاست جهانی (دموکراسی، حقوق بشر) استفاده کرد. ب) ملل شرق مثل ژاپن، کره، هند، چین و... که در این مناطق دیپلماسی گفتگوی فرهنگ و تمدن‌ها و دیپلماسی علم و تکنولوژی برای تأثیرگذاری قابل تصور است.

البته بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و بسترهای ایجاد شده از سوی سازمان‌های بین‌المللی نظیر یونسکو، آیسیسکو، اکو و شبکه بین‌المللی سیاست‌های فرهنگی می‌تواند در این تقسیم‌بندی و طراحی دیپلماسی فرهنگی تأثیرگذار به ما کمک کند.

فرض بر این است که با این تقسیم‌بندی بتوان با طراحی دیپلماسی فرهنگی در هر مناطقی با استفاده از منابع و امکانات محدود، تأثیرگذاری بیش‌تری داشت و به دستاوردهای مطلوب و مورد نظر دست یافت.

البته منظور ما از انواع دیپلماسی‌های مورد نظر از یک سو (دیپلماسی علم، تکنولوژی، زبان فارسی، قرآن کریم، تمدن اسلام، تمدن ایران، ادبیات نوین جامعه جهانی، فرهنگ، ادیان و تمدن‌ها، نوروز و جاده ابریشم و...) استفاده از ظرفیت آن‌ها برای رساندن پیام نظام جمهوری اسلامی و تبیین جایگاه انقلاب و نظام اسلامی در این مناطق است و از سوی دیگر، منظور از هر دیپلماسی در هر منطقه، اولویت‌بندی تأثیرگذاری این استراتژی‌هاست و به عبارتی از همه استراتژی‌ها می‌توان با توجه به شرایط و مقتضیات روز و جامعه جهانی در مناطق و کشورهای مختلف بهره برد، ولی فرض بر این است که برنامه‌ریزی‌ها و فعالیت‌های فرهنگی با گرایش دیپلماسی مورد نظر هر منطقه تأثیرگذاری بیش‌تری خواهد گذاشت و ما را در رسیدن به اهدافمان کمک خواهد کرد. همان طور که قبلاً ذکر شد منظور از تبادل فرهنگی انتقال آثار مادی و معنوی و داشته‌های یک فرهنگ به فرهنگ‌های دیگر است و قطعاً تبادل فرهنگی بخش مهمی از دیپلماسی فرهنگی است و از مجرای این پدیده، جامعه بین‌المللی قابل تحقق است. پاسخ سؤال نخست این موضوع را شاید توضیحات فوق تا حدودی روشن کرده باشد، ولی می‌توان گفت برای هر الگو یا مدلی باید معیاری را برای مقایسه و سنجش در نظر گرفت. بنابراین، ما در این بخش برای طراحی مدل فرضی دیپلماسی فرهنگی برای جمهوری اسلامی ایران

شاخص‌های عمده‌ای را بر اساس ویژگی‌های فرهنگی کشورمان و مطالعات مبانی صورت گرفته ذکر و تفسیر و در نهایت مدل فرضی را طراحی می‌کنیم. مزیت مدل مذکور این است که می‌توان با توجه به ویژگی‌های فرهنگی هر کشور این مدل فرضی را برای کشور مذکور در نظر گرفت.

شاخص‌های تحقق دیپلماسی فرهنگی را به ترتیب اولویت به شرح زیر می‌توان نام برد:

۱. عناصر مشترک یا قرابت‌های فرهنگی؛ بدون شک هر چه میزان اشتراکات فرهنگی بیش‌تر باشد همگرایی فرهنگی بیش‌تر خواهد شد و دیپلماسی فرهنگی موفق‌تر خواهد بود.

قرابت‌های فرهنگی و تمدنی باعث همگرایی و توافق و همریشگی فرهنگی است. در باره ایران باید گفت که از یک سو با تمدن‌های کهن جهان به عنوان یک تمدن برتر مراوده و تعاملات داشته و در ارتباطات تمدنی به عنوان چهارراه تمدن‌های جهان قبل از اسلام مطرح بوده است. جغرافیای زبانی که فارسی در آن باعث همگرایی بیش‌تر است و امروزه نیز در بسیاری از کشورها از دانشمندان و ادیبان فارسی ایرانی به عنوان پدر فلسفه، ادبیات فارسی و... نام می‌برند. همچنین از سوی دیگر، سهم ایران را در شکوفایی تمدن اسلامی و شکوفایی علم بعد از اسلام نمی‌توان نادیده گرفت. ایران به عنوان یک سرزمین، هم‌اکنون با فلسفه و مذهب شیعه پرچمدار گسترش گفتمان‌های صلح و عدالت‌محور و حقوق بشر است و با تمامی ادیان الهی و مکاتب مهم جهان گفتگوی سازنده دارد.

حوزه‌های مؤثر برای قرابت‌های فرهنگی ایران با سایر کشورها به وضوح به شرح زیر قابل مشاهده است:

ـ حوزه تمدنی که نمونه آن ایران یکی از چهار تمدن کهن جهان بوده و بر دیگر تمدن‌ها تأثیر بسزایی داشته است، جاده ابریشم نمونه بارزی از این ارتباطات است که سرزمین‌های شرق را به سرزمین‌های غرب متصل می‌کرد و سالیان درازی این جاده، مسیر کاروان‌ها بوده است و امنیت آن مدیون اقتدار و حاکمیت تمدن ایران است.

ـ حوزه جغرافیای فرهنگی ایران که نوروز و زبان فارسی نمونه‌هایی از عوامل حلقه‌های اتصال و همگرایی فرهنگی در منطقه است.

ـ حوزه تمدن اسلامی؛ سهم ایران در شکوفایی تمدن اسلامی و سهم اسلام در شکوفایی علم در جهان و قرابت‌های مذهبی بین مسلمانان مانند عامل اعتقاد به یگانگی خداوند، قرآن، کلام اللّه، پیامبر اکرم(ص)، قبله و اعمال عبادات و آرمان‌های الهی بشریت و سرزمین‌های اسلامی از شرق اندونزی تا غرب آفریقا باعث این همگرایی و نزدیکی و قرابت‌ها و به هم پیوستگی‌ها شده است.

ـ ایجاد گفتمان‌های عدالت‌محور، صلح‌طلب و مبارزه با ظلم و زورگویی، همنوایی با آرمان‌های بشری در سراسر جهان که به برکت پیروزی انقلاب اسلامی در ایران باعث همگرایی بیش‌تر مظلومان جهان در یک محور می‌شود.

ـ گسترش گفتگوی سازنده با ادیان و مکاتب در جهان؛ بعد از پیروزی انقلاب اسلامی که عامل آن دین و فلسفه بود و همین عوامل یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین عامل قرابت‌های فرهنگی در جهان کنونی است و همه دینداران جهان به دنبال ایجاد گفتمانی برای کمک به گسترش صلح و عدالت در جهان هستند.

آنچه باید در پایان این بحث یادآوری کنیم این است که ایران به عنوان یک تمدن نمونه و بارز در انجام وظایف خود از دوران کهن در عوامل بین تمدنی نظیر ایجاد و حفاظت جاده ابریشم، درون تمدنی مانند عامل پیوند نوروز و زبان فارسی و فرا تمدنی در پذیرش و گسترش دین اسلام سربلند بیرون آمده است.

۲. جغرافیای فرهنگی؛ آنچه در ادبیات تحقیق در خصوص تقسیم‌بندی جغرافیای فرهنگی جهان و حوزه‌های جغرافیای اسلامی ذکر کردیم، از یک سو مناطق جغرافیای حوزه تمدنی ایران باستان، بستر و زمینه مناسب و روشنی را برای برنامه‌ریزی فرهنگی برای فعالیت فرهنگی در مناطق و کشورها و حوزه‌های مختلف فرهنگی جهان فراهم می‌کند. از سوی دیگر، تقسیم‌بندی‌های نظری عربیسم، هندوئیسم، بودائیسم، کاتولیک، ارتدکس، اروپا، آفریقا با عناصر و ارزش‌های فرهنگی متفاوت نشان‌دهنده دشواری و پیچیدگی این مسیر است.

۳. ظرفیت‌های فرهنگی؛ این امر به غنی بودن و داشتن تکیه‌گاه محکم فرهنگی یک جامعه برمی‌گردد و هر چه غنای این عوامل با اهمیت باشد، هژمونیک بودن، برتری و غنای فرهنگی را باعث شده و فراگیری فرهنگ آن جامعه را در جهان گسترش می‌دهد.

وجود رمزگاه تساهل در فرهنگ ملی ایران و تقویت آن می‌تواند عامل مهمی در

همزیستی مسالمت‌آمیز، تحمل دیگران و در یک کلام عامل مثبتی برای گفتگوی تمدن‌ها باشد. نظریه گفتگوی تمدن‌ها خود پدیده‌ای است که صرف‌نظر از محیط و جنبه‌های سیاسی آن، فقط از ذهن یک ملت ریشه‌دار و با فرهنگ تراوش می‌کند. (نقیب‌زاده، ۱۸۰:۱۳۸۱)

دین، زبان، خانواده، حکومت و فلسفه از مهم‌ترین عوامل فرهنگی و استراتژیک آن است که ایران در تمامی این عوامل دارای زمینه، بستر و عامل مناسب است. از سوی دیگر، ایران نه تنها از دوران باستان مهد تمدن بوده است، بلکه در دوران پس از اسلام نیز با وجود اندیشمندانی چون فارابی، رازی، بوعلی سینا و شعرایی چون فردوسی، حافظ و... مهد تمدن علم و اندیشه در جهان به شمار می‌رود. این همان چیزی است که امروز دنیای غرب از تکنولوژی یعنی از محصول علم به مثابه ایدئولوژی نام می‌برد.

با دقت نظر در ادیان الهی متوجه خواهیم شد که دیپلماسی فرهنگی حتی مبانی دینی دارد. دقت در کتب آسمانی و قرآن کریم نشان می‌دهد که خداوند پیامبران خود را از میان کسانی انتخاب کرده است که افرادی خوشنام و مورد اعتماد مردم بوده‌اند. به عبارت دیگر، قبل از بعثت تصویری مثبت از آن‌ها در اذهان مردم وجود داشته است. این امر خود نقش مهمی در جلب پیروان و حامیان بیش‌تر داشته است. (نبی سنبلی، خبرگزاری فارس)

دین، زبان، تاریخ، حکومت و خانواده، بنیاد اجرایی دیپلماسی فرهنگی را تشکیل می‌دهند. دین نظام معنایی زبان را تشکیل می‌دهد، زبان تاریخ را به وجود می‌آورد، تاریخ حکومت را به وجود می‌آورد و خانواده حکومت را شکل می‌دهد. (فیاض، ۲:۱۳۸۶) و این عوامل به وضوح در جامعه ایران از دوران باستان تا معاصر تداوم داشته است.

در طول تاریخ، ایرانی‌ها بارها به بازسازی فرهنگ خویش پرداخته و بر مشکلات ناشی از سلطه‌های فرهنگی، سیاسی و نظامی غلبه کرده‌اند. ایرانیان در تقابل با فرهنگ و تسلط نظامی یونانیان، در تقابل با فرهنگ استیلاگرانه نژادپرستانه عرب، در تقابل با تسلط استعماری ترکان عثمانی، به دلیل برتری‌های فرهنگی، علمی، صنعتی، مدیریتی و وجود روشنفکران مذهبی و غیر مذهبی مستقل میهن‌دوست، امر بازسازی فرهنگ ملی را با توانایی به انجام رساندند. (رزاقی، ۲۲۲:۱۳۷۹)

همان‌طور که در فصل اول ذکر شد تامپسون و موکو، در درجهٔ اول، وجود فلسفه و مذهب را ضروری می‌دانند و در درجهٔ دوم وجود تفکر و اندیشهٔ جهانی و در درجهٔ سوم ایدئولوژی‌هایی را که نقش مهمی در روابط فرهنگی دارند سه شرط لازم برای دیپلماسی مؤثر و قدرتمند فرهنگی می‌دانند. جمهوری اسلامی ایران به طور کامل و منطقی هر سه شرط را داراست.

۴. تکنولوژی ارتباطات؛ تکنولوژی ارتباطی این امکان را فراهم کرده است که انسان‌ها بدون واسطه دیگران با یکدیگر سخن بگویند، ارتباط برقرار کنند، از افکار و دیدگاه‌های هم مطلع شوند و بر یکدیگر تأثیر بگذارند. همین قدرت جادویی رسانه‌های نوین است که آن را به یک سلاح مؤثر فرهنگی بدل کرده است. سلاحی که توسط کشورهای قدرتمند با هدف تثبیت و گسترش سلطه خویش به‌کار گرفته می‌شود تا در ساختار فرهنگ‌های ملی و بومی اختلال ایجاد کنند و پندار و کردار ملت‌ها را بر اساس الگوها و معیارهای خود شکل دهند.

تکنولوژی ارتباطی وقتی با خواسته‌ها و تمایلات صاحبان و سازندگان آن، یعنی قدرت‌های بزرگ و فرهنگ‌های مهاجم آن‌ها که یکسانی فرهنگی و رفتاری را در سراسر جهان هدف گرفته‌اند، جمع می‌شود، معضل و مسئله مهمی را فراروی کشورها و ملت‌های دیگر قرار می‌دهند. کشورها و ملت‌هایی که به فرهنگ ملی و بومی خود اصالت می‌دهند و می‌کوشند تا در برابر تهاجم فرهنگی غرب مقاومت کنند.

علم و تکنولوژی به مثابه ایدئولوژی

یورگن هابرماس[1] (۱۹۲۹)، فیلسوف شهیر آلمانی، در کتابی با عنوان علم و تکنولوژی به مثابه ایدئولوژی ضمن شرح تأثیر تحولات تکنولوژی جهان غرب، بـه انتقاد از انسان معاصر پرداخته است. جانمایه کلام وی در این اثر این است که دستاوردهای علمی بشر به جای این‌که در خدمت زندگی او باشند، به مرتبه‌ای از اهمیت و تقدس رسیده‌اند که خود، روش زندگی انسان‌ها را تعیین می‌کنند. اصحاب مکتب فرانکفورت نیز از این زاویه نقدی اساسی بر جامعه غربی وارد کرده‌اند. این طیف نیز

1. Jurgen Habermas

بر این عقیده‌اند که تکنولوژی به جای این‌که آرامش را برای بشر قرن بیستم به ارمغان آورد باعث تشنج بیش‌تر شده و انسان‌ها را از خود بیگانه کرده است. (نقیب‌زاده، ۱۳۸۳) این نکته نشانگر جایگاه و قدرت تکنولوژی در دنیای امروز است.

در قرن بیستم، حوزه ارتباطات و تکنولوژی‌های وابسته به آن نیز، مانند بسیاری از حوزه‌های دیگر، دستخوش تغییر و تحولات گسترده‌ای شده است. در این قرن، بشر شاهد پیدایش نظام‌هایی از ارتباطات بوده که توزیع و انتقال سریع و گستردهٔ پیام‌ها را از یک نقطه به نقطهٔ دیگر امکانپذیر ساخته است. این نظام‌ها، ابتدا از طریق الکتریکی کردن اطلاعات، یکدست شده و سپس با پیشرفت‌های روزافزون تکنولوژی‌ها از راه دیجیتالی کردن آن‌ها توانسته است بر عوامل فضا، زمان و مکان غلبه کند. به دنبالِ این فرایند، اطلاعات به عنوان نماد[1] و دستمایهٔ توسعهٔ همه‌جانبه و پایدار جوامع مدرن شناخته شده و دیگر بدون دسترسی به آن هیچ گونه تحول چشمگیری قابل پیش‌بینی و میسر نیست. چنین وضعی سبب شده که در سال‌های اخیر محققان و دانشمندان، همه جا از انفجار اطلاعات،[2] انقلاب تکنولوژی‌های ارتباطی[3] عصر رایانه، عصر ماهواره و از همه مهم‌تر عصر الکترونیک یا عصر رسانه‌های الکترونیک[4] سخن به میان آورند و عصر جدید را با این تعابیر تعریف کنند. به نظر این صاحب‌نظران، با شرایط جدید، جامعهٔ جدیدی در حال شکل‌گیری و ظهور است که ویژگی‌های ماهواره‌ای است، جامعهٔ جدیدی که با تعبیر جامعهٔ اطلاعاتی[5] نیز تعریف می‌شود. (بهرام‌پور، ۱۳۸۲)

امروزه عمدتاً تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در قالب دو گروه رسانه‌ها بروز کرده است:

الف) رسانه‌های مکتوب مانند کتاب، مجلات، روزنامه و...

ب) رسانه‌های مجازی مانند شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و رادیویی، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای، فیلم‌های سینمایی و...

از آن‌جا که «دیپلماسی فرهنگی، عامه مردم را هدف قرار می‌دهد، لذا کار درجه اول باید از طریق ابزاری صورت پذیرد که بیش‌ترین مخاطب عام دارند؛ از قبیل

---

1. Symbol
2. Information Explosion
3. Information Technologies Revolution
4. Electronic Media Age
5. Information Society

تلویزیون، روزنامه‌ها، سایت‌های اینترنتی پربیننده، زمین ورزش‌هایی که در کشورها طرفداران بیش‌تری دارند، کالاهایی که به طور روزانه مصرف می‌شود و... اما یک شیوه مفیدتر، هدف قرار دادن نخبگان فرهنگی و کسانی است که خود بر جامعه تأثیرگذارند.» (نبی سنبلی، خبرگزاری فارس)

کاستلز نقش رسانه‌ها در جوامع معاصر را این‌گونه توصیف می‌کند: «نبردهای فرهنگی نبردهای قدرت در عصر اطلاعات هستند. این نبردها عمدتاً در رسانه‌ها و یا از طریق آن‌ها صورت می‌گیرد، اما رسانه‌ها صاحبان قدرت هستند. قدرت، به مثابه توانایی تحمیل رفتار، در شبکه‌های مبادله اطلاعات و به‌کارگیری ماهرانه نمادها نهفته است که کنشگران اجتماعی، نهادها و جنبش‌های فرهنگی را از طریق نمادها، سخنگویان و تقویت‌کنندگان فکری به هم مرتبط می‌سازد... فرهنگ به مثابه منبع قدرت، و قدرت به مثابه منبع سرمایه، زیربنای سلسله‌مراتب اجتماعی جدید عصر اطلاعات است.»

بدون شک تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، پیام‌های گوناگونی دارند که به نظر می‌رسد مهم‌ترین آن‌ها در حوزهٔ فرهنگ تجلی می‌یابد. همان‌طور که مارشال مک لوهان خاطرنشان کرده است، رسانه یا خود پیام است و یا اصولاً برای پیام‌رسانی به وجود آمده است. (واحدی، ۲۹:۱۳۸۳) پیام نیز به همین تعبیر یا خود فرهنگ است و یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است. به عبارت دقیق‌تر، هر رسانه‌ای خود حامل پیام و فرهنگ خاصی است. از این رو، رسانه‌های الکترونیکی جدید، حامل پیام‌ها و فرهنگ خاصی هستند که با گسترش آن‌ها، آن پیام‌ها و فرهنگ‌ها نیز انتشار می‌یابد و این نکته از جمله چالش‌های فرهنگی تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است.

مسئلهٔ رسانه‌ها و ارتباطشان با جهانی‌شدن فرهنگ دو بُعد تکنولوژیکی و اخلاقی را به طور توأمان مطرح می‌کند؛ تغییرات و تحولات بی‌سابقه‌ای که همزمان با سپری شدن دهه آخر قرن بیستم به وقوع پیوسته، رسانه‌ها را از امکانات و فرصت‌های بزرگ و مسائل بزرگ‌تر برخوردار کرده است. این فرصت‌ها از نیاز جهانی به کسب اطلاعات ناشی شده است. با این اطلاعات انسان شانس خویش را برای بقا در مقام موجودی انسانی برآورد می‌کند یا نگرانی خود را از این که چگونه جهانی و چگونه زندگی‌ای برای ساکنان کرهٔ زمین در آینده وجود خواهد داشت ابراز می‌کند. (همان: ۳۰)

در خصوص نقش تکنولوژی در نظام بین‌المللی باید گفت که «شناخت ظرافت‌ها و پیچیدگی‌های خاص مسائل فرهنگی در امور جهانی، دقت نظر مضاعفی می‌طلبد. فرایند جهانی‌شدن در درون خود واجد برخی پروژه‌ها و برنامه‌های آگاهانه است. انرژی به وجود آمده ناشی از انقلاب فناوری به تحول مناسبات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و در سطح کلان در نظام بین‌المللی کمک کرده است. نقش نوین ادیان و مذاهب، تحول نظام دولتمداری، مشارکت سیاسی ـ اجتماعی، جلوه‌های مشروعیت و حکومت قانون، تداخل و رقابت‌های هویتی نظیر انواع ملی‌گرایی‌ها، بازخیز و ظهور برخی سازمان‌های غیر دولتی و جنبش‌های اجتماعی مثل زنان، صلح، محیط‌زیست و غیره به بازتوزیع اقتدار و توانمندی‌های مشروع در میان بازیگران بین‌المللی منجر شده است که بی‌ارتباط با بستر فرهنگی جوامع نیست. به طور کلی، می‌توان از تحول نظام وستفالیایی خبر داد که مجموعه مناسبات انسان‌ها در درون و برون دولت‌ها و مرزهای ملی دگرگون شده است و به تعبیری ارتباط و تأثیرات متقابل نوینی میان مؤلفه‌های هویت(ها)، مرز(ها) و نظم(ها) پدید آمده است.» (نوروزی، ۳۶۹:۱۳۸۶)

یونس شکرخواه، استاد دانشگاه و محقق ارتباطات بین‌الملل، در باره نقش رسانه‌های نوین در سیاست خارجی می‌گوید: «رسانه‌های نوین نه تنها توانسته‌اند سیاست خارجی را مقوله‌ای مهم جلوه دهند، بلکه نحوه راهبری آن را هم تغییر داده‌اند. من فکر می‌کنم قدرت جهانی هر کشوری در استعداد دیپلماسی آن کشور در ایجاد هویت ملی و ایجاد تصویر مکمل بین‌المللی برای آن هویت ملی نهفته است. و می‌خواهم چنین نتیجه‌گیری کنم که پویایی دیپلماسی رسانه‌ای یک پای ارزیابی پویایی سیاست خارجی است و شاید بهتر باشد بگویم حالا رسانه‌ها مأموریت وزارت امور خارجه و دفاع کشورها را بر عهده گرفته‌اند.» (شکرخواه، ۱۳۸۲)

بنابراین، با توجه به مطالبی که آمد، باید تأکید کرد که «استفاده و به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی لازمه حیات در دنیای امروز است، خاصه آن‌که جمهوری اسلامی داعیه روشنگری و عدالت‌گستری در دنیا دارد و در این بین، نظام جهانی سلطه با اتکا به رسانه‌ها به عنوان ابزار مؤثر سلطه، سعی در تخریب چهره نظام در عرصه بین‌المللی دارد، لذا تقابل با سلطه رسانه‌ها جز با تسلط بر این فناوری میسر نیست. با توجه به سابقه طولانی به‌کارگیری وسایل ارتباطی در ایران،

در شرایط کنونی که گسترش فزاینده اینترنت و فضای سایبر مهم‌ترین نقش را در خلق ارتباطات و دنیای مجازی با درنوردیدن مکان و زمان ایفا می‌کند، در ایران نیز نقش رسانه‌های جدید حائز اهمیت شده است. خلق شخصیت‌ها، بزرگ کردن کوچک‌ترین مسائل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و کوچک جلوه دادن مسائل عمده گریبانگیر کشورها از جمله این تأثیرات است، به گونه‌ای که کوچک و بزرگ در فضای مجازی تعریفی کاملاً دگرگون و وارونه پیدا کرده است و حیات امروز ما به واسطه رسانه‌های الکترونیک کم‌تر تشابهی با دنیای پیشامدرن پیداکرده است و این مسئله هم فرصت و هم تهدید محسوب می‌شود. فرصت از آن رو که با سوار شدن بر این مرکب می‌توانیم پیام صلح، انسان‌دوستی، آزادی و معرفت ایرانی را در تقابل با روش‌های سلطه‌جویانه رسانه‌های غربی به منصه ظهور برسانیم و غفلت از این مهم تهدیدی است که بی‌توجهی به آن موجب خسران خواهد شد.» (طیبی، ۴۳:۱۳۸۶)

در عصر ارتباطات، عرضه فرهنگ نه تنها از طریق داد و ستد با محیط کار، ماندگار و پویا می‌شود، بلکه هویت خود را نیز از این طریق کسب می‌کند. فرهنگ ایرانی با عناصر و اسباب خاص هویت‌آفرین خود، زمانی معنی و مفهوم پیدا می‌کند که در عرصه‌های گسترده‌تر، ارزش‌های خویش را مطرح کند و در چالشی تنگاتنگ با ارزش‌های دیگر، قدرت صلابت، استحکام، جسارت، خلاقیت و دیگر صفات و ویژگی‌های پویای خود را به ثبوت برساند. (لر، ۱:۱۳۸۲)

۵. دیپلماسی یا ارتباطات غیر رسمی؛ ارتباطات غیر رسمی یکی از مهم‌ترین نوع ارتباطات را به تبع گسترش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در جهان تشکیل می‌دهد و این نوع ارتباطات در سه محور عمده افکار عمومی، نخبگان و اندیشمندان و سازمان‌های غیر دولتی (NGOها) قابل بررسی است.

برای پی بردن به جایگاه افکار عمومی در دوران معاصر به سراغ مانوئل کاستلز، استاد اسپانیایی تحلیلگر مسائل جهان و خالق نظریه جامعه شبکه‌ای می‌رویم که می‌گوید: «دیگر قدرت در نهادها (مثل دولت)، سازمان‌ها (شرکت‌های سرمایه‌داری)، یا کنترل‌کنندگان نهادها (رسانه‌ها و کلیسا) متمرکز نیست. قدرت در شبکه‌های جهانی ثروت، قدرت، اطلاعات و تصاویر که نظامی با هندسه متغیر و جغرافیای غیر مادی است، نشر می‌یابد و استحاله می‌شود، اما از بین نمی‌رود... قدرت نوین در علائم اطلاعات و تصاویر ارائه دهنده و نمایش دهنده‌ای نهفته است

که جوامع نهادهای خود را حول آن‌ها سازمان می‌دهند و مردم نیز بر محور آن‌ها زندگی خود را می‌سازند و در باره رفتارهای خود تصمیم می‌گیرند. قرارگاه این قدرت ذهن مردمان است.»

امروزه گرچه بازیگری عناصر غیر حکومتی در عرصه جوامع ملی، خود تحولی شگرف در تاریخ حیات جمعی انسان به شمار می‌رود، اما درنوردیدن مرزهای سیاسی و تأثیرگذاری فراملی و گاه جهانی این نهادهاست که صحنه روابط بین‌الملل را به کلی دگرگون ساخته و دنیای نوینی را پدید آورده است. ظهور و گسترش کمی و کیفی بازیگران بین‌المللی غیر دولتی تا بدان حد رسیده است که گفته می‌شود اصول اساسی نظام بین‌الملل دچار فرسایش شده و ارتباطات بین‌المللی دولت‌محور جای خود را به ارتباطات معنوی و مادی ویژه‌ای میان شهروندان جوامع، ورای ساختارهای دولت‌های دارای حاکمیت داده است. نقش‌آفرینی این سازمان‌ها در عرصه جهانی هم مدیون مبارزات و تلاش‌های خستگی‌ناپذیر برای فائق آمدن در موانع سیاسی ـ ساختاری بوده است و هم البته وامدار پیشرفت‌های چشمگیری که در فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات فراهم آمده است؛ در واقع، اگر چنین پیشرفت‌های فن‌آورانه‌ای رخ نمی‌داد، معلوم نبود که سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی غیر دولتی چگونه می‌توانستند در غیاب شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای یا رسانه‌های لحظه‌ای به فعالیت‌های خویش عمق و تأثیر بخشند و یا اساساً انگیزه فعالیت بیابند. امروزه آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی از یک سو و تحریک و تشویق و بسیج افکار عمومی جهانیان از سوی دیگر، برای تأثیرگذاری بر سیاست‌ها و استراتژی‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و... جز با تکیه بر محصولات فن‌آوری ارتباطات امکان‌پذیر نیست و سازمان‌های غیر دولتی نیز از رهگذر همین تکنولوژی‌هاست که توانسته‌اند قدرت و نقش خود را به رخ بکشند. (سید کمال‌الدین محمد رفیعی، ۱۳۸۵)

در این میان، نقش‌آفرینی سازمان‌های غیر دولتی فرهنگی اهمیت دو چندان یافته است. سازمان‌های غیر دولتی فرهنگی، نهادهایی هستند که فعالیت‌های خود را برای تداوم وضع موجود یا تغییر و تحول مورد نظر، با محوریت «فرهنگ» دنبال می‌کنند و از آن‌ها به عنوان سازمان غیر دولتی (NGO) نام برده می‌شود و سازمانی است که نه بخشی از حکومت است و نه از سوی دولت ایجاد شده است، بلکه نوعاً

مستقل از دولت‌ها هستند و عموماً غیر مالی و در قالب گروه‌های مدافع اجتماعی، فرهنگی، حقوقی و زیست‌محیطی فعالیت می‌کنند و فعالیت آن‌ها اساساً انسان‌دوستانه و مشارکت‌جویانه است.

سازمان‌های فرهنگی (اعم از دولتی و غیر دولتی) نهادهایی هستند که «فرهنگ» را محور و هدف فعالیت‌های خود قرار داده‌اند و بر آنند تا با تکیه بر آن، یا وضع موجود را تداوم بخشند، یا به تغییر و تحول اقدام کنند، و یا احتمالاً نوع خاصی از تأثیرات را در حوزه مورد نظر ایجاد کنند.

البته بنا به تعریف، جامعه مدنی مجموعه نهادها، انجمن‌ها و تشکیلات اجتماعی است که وابسته به قدرت سیاسی و دولت نیستند، ولی نقش تعیین‌کننده‌ای در صورت‌بندی قدرت سیاسی دارند. این جامعه در واقع باید مشتمل بر مجموعه‌ای از حوزه‌های عمومی خودمختار باشد که در درون آن‌ها، انجمن‌ها و نهادهای مدنی بتوانند به امور خود سر و سامان دهند و منافع اعضای خود را پاس دارند.

در عصر حاضر، حکومت‌ها بیش‌تر نقش سیاستگذار و ناظر را ایفا می‌کنند و فعالیت‌های اجرایی در اختیار مردم است. توسعه و گسترش روزافزون بدنه دستگاه اجرایی، هم حجم هزینه را افزایش می‌دهد و هم عرصه رقابت را به لحاظ بهره‌گیری از فرصت‌ها، امکانات و بودجه محدود می‌کند و در عمل، ورود بخش غیر دولتی را به عرصه‌های فرهنگی و هنری ناممکن می‌سازد که در این صورت انتظار خلاقیت و نوآوری، رؤیایی بیش نخواهد بود. (طبرسا، ۷۶:۱۳۸۲) لازم به ذکر است که ایجاد تشکل‌های غیر دولتی از ضروریات اجتناب‌ناپذیر جهت گسترش فعالیت‌های فرهنگی در خارج از کشور است. اما باید با ظرافت و رعایت چارچوب‌های سیاست‌های نظام، طراحی و راه‌اندازی شود. در حال حاضر روند تأسیس و فعالیت تشکل‌های غیر دولتی در دنیا رو به افزایش و گسترش است به نحوی که تشکل‌های غیر دولتی به لایه‌های ضروری دولت تبدیل، و هر روز بر تنوع و کمیت فعالیت‌های آنان افزوده می‌شود. تشکل‌های غیر دولتی شامل انجمن‌های فرهنگی، مذهبی، هنری، ورزشی، صنوف، اتحادیه‌ها، زبان، گویش و... است. تحقق این گرایش مستلزم حمایت‌های مالی و حقوقی دستگاه فرهنگی است و نیاز به برنامه‌ریزی بر اساس ضروریات و اهداف دارد و نباید مغایر با سیاست‌های کشور میزبان باشد.

جنبش‌های اجتماعی فروملی و فراملی در دنیای کنونی به طور روزافزونی در

سازمان‌های غیر دولتی متعدد انعکاس می‌یابند و افکار عمومی نیز در قالب همین نهادها متجلی می‌شوند؛ سازمان‌هایی که در پایان، نهادهای سیاستگذار[1] و هنجارساز[2] در سطح ملی و بین‌المللی را وادار به تمکین در برابر مطالبات خویش می‌کنند.

ظهور و بروز سازمان‌های غیر دولتی نه تنها صحنه روابط جهانی، بلکه تئوری‌های روابط بین‌الملل را هم با تحول روبرو ساخته‌اند. آنچه مهم است این که چنین نهادهایی اکنون به عناصر و اجزای گریزناپذیر حیات جمعی انسان‌ها در جوامع داخلی و در جامعه جهانی بدل شده‌اند. مقابله با آن‌ها با توجه به شرایط حاکم بر دنیای امروز، نه ممکن است و نه مطلوب. به‌ویژه آن که فعالیت فرهنگی چنین سازمان‌هایی، می‌تواند امکانات، فرصت‌ها و شرایط فوق‌العاده‌ای در اختیار همه کسانی بگذارد که به نیت ایجاد تحول در جهت آرمان‌های اخلاقی و مذهبی متعالی، در جستجوی ابزارها و شیوه‌های نوین هستند. اما بهره‌مندی از چنین نهادهایی، مستلزم انجام مطالعاتی عمیق و علمی است که بتواند دست‌کم بسیاری از جنبه‌های عینی و عملی این سازمان‌ها را تبیین و تشریح کند... (سید کمال‌الدین محمد رفیعی، ۱۳۸۵)

اندیشمندان و نخبگان به عنوان واسطه‌های فرهنگی

توین بی، اندیشمندان و روشنفکران را به مثابه قشر و لایه‌ای از واسطه‌های فرهنگی و به طور دقیق‌تر میان تمدنی تلقی می‌کند. این لایه در هر جماعتی که در صدد حل مسئلهٔ انطباق خود با آهنگ یک تمدن غریبه است، که به اجبار به آن وابسته شده و یا آزادانه به آن گرویده است، ظاهر می‌شود. قشر نخبگان مانند یک دسته مأمور رابط عمل می‌کند که حلقه‌ها و ترفندهای معاشرت و داد و ستد با تمدنی را فراگرفته که از خارج می‌آید و خود را تحمیل می‌کند. این میانجی‌های فرهنگی همانند واسطه‌ها عمل می‌کنند. آنان معمولاً نسبت به فرهنگ خود حاشیه‌ای به حساب می‌آیند. (لوکلر، ۱۳۸۲:۴۶۶)

نخبگان اشخاص و گروه‌هایی هستند که در نتیجه قدرتی که به دست می‌آورند و

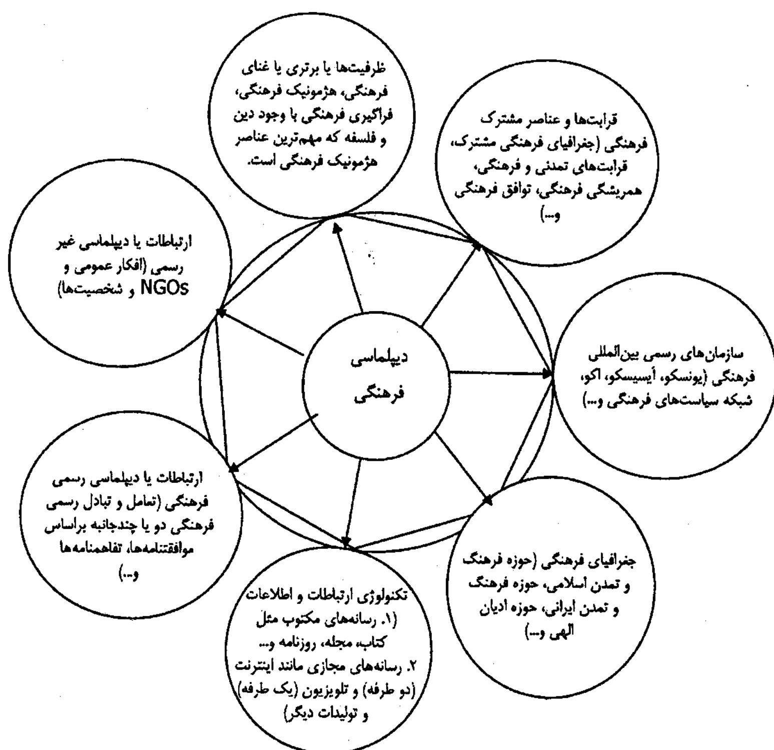
1. Policy-Making 2. Law-Making

تأثیری که بر جای می‌گذارند، یا به وسیله تصمیماتی که اتخاذ می‌نمایند و یا به وسیله ایده‌ها، احساسات و هیجاناتی که به وجود می‌آورند، در کنش تاریخی یک جامعه مؤثر واقع می‌شوند. نخبه یا الیت از کلمه لاتینی الیگره به معنای برگزیده گرفته شده است. در زبان عام قدیم، الیت به گروهی اندک که جایگاه ویژه‌ای از نظر آداب و سنن، مقام روحانی و رفاه اجتماعی کسب کرده بودند، معنی می‌شد. (نادمی، ۱۳۸۴:۱۸)

لغت نخبگان به معنای بزرگان، صاحبان فکر، اندیشه، شخصیت و توانمندی‌های وسیع فکری و سازماندهی است. نخبگان به دو گروه کلی تقسیم می‌شوند: نخبگان فکری و نخبگان ابزاری.

در یک سازمان یا وزارتخانه، همچون وزارت دفاع، نخبگان ابزاری، مدیران اجرایی هستند که امکانات، اعتبارات و قدرت سازمانی را در اختیار دارند. نخبگان فکری نیز افرادی هستند که اندیشه و فکر و روش‌های بهینه، تئوری، آینده‌نگری و دوراندیشی تولید می‌کنند. در توسعه یک سازمان، یکی از اصول مهم توانمندی‌های فکری و سازماندهی نخبگان است. توسعه‌یافتگی را باید هدایت کرد و بهترین افراد برای هدایت، نخبگان فکری و ابزاری هستند. ائتلاف بین نخبگان فکری و ابزاری نقش بسیار مهمی در توسعه دارد. از وظایف مهم نخبگان در یک سازمان، آسیب‌شناسی مکرر و دائمی است. در یک سازمان، وظیفه نخبگان فکری ارائه راه‌حل و بازکردن گره‌های موجود است و وظیفه نخبگان ابزاری این است که زمینه فعالیت پژوهشگران را فراهم کنند و رهیافت‌های آنان را به‌کار گیرند. در غیر این صورت، نخبگان فکری منزوی خواهند شد و مدیران بدون آن‌که در بوته آزمایش قرار گیرند، به مدیریت بدون نقادی خود ادامه خواهند داد و این در درازمدت به صلاح سازمان نیست. نخبگان ابزاری تولیدگر فکر و اندیشه نیستند، لذا توسعه سازمانی یک کار جمعی است و بسته به اجماع این دو گروه است. (ایمانی، ۱۳۸۴:۱۸)

۶. دیپلماسی یا ارتباطات رسمی فرهنگی: به وسیله این عامل و با بهره‌گیری از قراردادها و کنوانسیون‌های بین‌المللی در زمینه فرهنگ و روابط فرهنگی و ایجاد و تحکیم قراردادها و تفاهمنامه‌های فرهنگی ـ منطقه‌ای بین کشورها، ارتباطات و تعاملات و تبادل فرهنگی رسمی صورت می‌گیرد. شناخت ساختار حاکمیتی و سیاست‌های فرهنگی کشور هدف، ارتباط با مقامات رسمی فرهنگی، رعایت



شکل ۵-۱: مدلی برای دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

کنوانسیون‌های بین‌المللی در زمینه تبادل فرهنگی (مادی و معنوی) و به‌کارگیری نیروهای متخصص و ساختار سازمانی علمی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در این نوع ارتباطات یا دیپلماسی است.

۷. سازمان‌های بین‌المللی فرهنگی: امروزه فعالیت‌های یونسکو، این نهاد فرهنگی جهانی در عرصه فرهنگی، برکسی پوشیده نیست و بخشی از فعالیت‌های آن در راستای حفظ تفاوت‌ها و رعایت حقوق بشر و حفظ و صیانت میراث بشری است که همگرایی‌هایی را در سراسر جهان با مصوبه‌ها، توافقنامه‌ها و کنوانسیون‌ها در جهت دفاع از حقوق و تنوع فرهنگی جوامع به‌وجود آورده است. رسانه‌ها و نوآوری‌های جدید در تکنولوژی اطلاعاتی و ارتباطات از جمله ماهواره‌ها،

کامپیوترها، هواپیماها و تلویزیون دیجیتال در مقایسه با اعصار گذشته دسترسی به دیگر فرهنگ‌ها را آسان‌تر و سریع‌تر کرده است. نتیجهٔ این تحول توسعهٔ یک فرهنگ جهانی است که مردم را از محدودهٔ تنگ مرزهای جغرافیایی کشور خود و منافع ملی فراتر می‌برد.

آیسیسکو نیز به عنوان یک نهاد فرهنگی در همگرایی کشورهای اسلامی در حفظ میراث فرهنگی و گسترش تبادل فرهنگی بین این کشورها نقش مؤثری ایفا می‌کند.

همچنین شبکه بین‌المللی سیاست‌های فرهنگی جهان، در همخوانی سیاست‌های فرهنگی کشورها با شاخص‌های فرهنگی جهان و سازگاری آن‌ها تلاش می‌کند. اکو نیز به عنوان یک نهاد فرهنگی در منطقه جغرافیای تمدنی فرهنگ ایرانی و اسلامی موجب ایجاد ارتباط، گسترش و همگرایی بیش‌تر بین کشورهای منطقه شده است.

دیپلماسی فرهنگی بر اساس زندگی بنا می‌شود که غایت نهایی آن صلح جهانی در پناه معنویت و عدالت جهانی است و زندگی عام‌ترین کلمه‌ای است که می‌توان برای توصیف امور به‌کار برد، و دیپلماسی فرهنگی عام‌ترین دیپلماسی است که شامل تمامی دیپلماسی‌ها می‌شود، و سازمان دیپلماسی فرهنگی سازمان جمع‌کننده دیگر سازمان‌های مربوط به دیپلماسی است. (فیاض، ۲:۱۳۸۶)

راهبردهای کلان و عملیاتی برای موفقیت دیپلماسی فرهنگی

پس از طراحی مدل اکنون با توجه به عناصر نام برده شده در مدل مذکور به راهبردهای کلان و عملیاتی برای کارایی دیپلماسی فرهنگی می‌پردازیم.

ـ استفاده از اشتراکات و قرابت‌های فرهنگی و تلاش برای گسترش حوزه تمدنی و همگرایی فرهنگی

ـ شناسایی و معرفی عظمت تمدن اسلامی و تلاش برای گسترش ارزش‌های جهان‌شمول آن

ـ شناسایی و معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی و بهره‌گیری از مؤلفه‌های آن برای همگرایی منطقه‌ای

ـ معرفی و برجسته‌سازی ظرفیت‌های فرهنگی، سرمایه‌های مادی فرهنگی، میراث فرهنگی، اندیشمندان تاریخی و...

ـ معرفی و برجسته‌سازی ویژگی‌ها و عناصر تمدن‌ساز فرهنگ اسلامی و دین مبین اسلام

ـ معرفی و برجسته‌سازی ویژگی‌ها و بزرگان شیعه و اهل بیت(ع) و گسترش اندیشه الهی آنان

ـ افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات

ـ توجه به غنای فرهنگی و بهره‌گیری از آن در محافل فرهنگی

ـ سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع فرهنگی و ساماندهی آن بر اساس ویژگی‌های فرهنگی تمدن ایرانی و اسلامی و نیاز روز

ـ سرمایه‌گذاری در حوزه هنر و ساماندهی انواع مختلف هنر و هنرمندان بر اساس عزت انسانی و اسلامی

ـ سرمایه‌گذاری در حوزه شعر و ساماندهی ترجمه و چاپ و... به‌ویژه اشعار اندیشمندان تاریخی مانند مولوی، حافظ و...

ـ بسترسازی با هدف انتقال عناصر فرهنگی با ایجاد شبکه‌های اختصاصی فرهنگی در رسانه‌ها در سطح فرا ملی مانند رادیو، تلویزیون، سایت‌های اینترنتی و...

ـ گسترش رسانه‌های مکتوب و ترجمه آن‌ها، دوبله فیلم‌ها و انتقال آن‌ها از طریق ارتباطات رسمی

ـ در بخش ارتباطات غیر رسمی برای ارتباط با NGOها، نشست با اندیشمندان و نخبگان سایر کشورها برای تبیین ظرفیت‌های فرهنگی ایران اسلامی و جذب آن‌ها

ـ استفاده از ابزارهای شعر، موسیقی و هنرهای دیگر برای انتقال و تبادل فرهنگی

ـ گسترش توریسم و گردشگری با هدف گسترش ظرفیت‌های فرهنگی ایران

ـ بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی سازمان‌های فرهنگی بین‌المللی برای گسترش تبادل فرهنگی و غنای فرهنگی ایران اسلامی

ـ اعتلای آگاهی‌های عمومی در زمینه‌های مختلف و شکوفایی استعدادها و روحیه تحقیق و تتبع و ابتکار

ـ آگاهی دادن به جهانیان نسبت به مبانی و اهداف انقلاب اسلامی

ـ گسترش مناسبات فرهنگی با ملل و اقوام مختلف به‌خصوص مسلمانان و مستضعفان جهان

ـ تقویت روح تحقیق، مطالعه، تتبع و ابتکار در تمام زمینه‌های فرهنگی و هنر

اسلامی و ایرانی از طریق تشویق و حمایت نویسندگان، شعرا، ادبا و هنرمندان و...
ــ معرفی و بزرگداشت علما، عرفا و شخصیت‌های فرهنگی جهان اسلام و تولید و نشر آثار مربوط به آنان و پرورش استعدادها و ذوق فرهنگی و هنری افراد
ــ تلاش برای شناخت و معرفی ادبیات و هنر پویا و خلاق در فرهنگ اسلامی و سایر فرهنگ‌ها و نقش مؤثر آن‌ها در تحولات و دگرگونی‌ها و رشد انسان و جامعه
ــ فراهم آوردن زمینه‌های وحدت میان مسلمانان بر اساس اصول مسلم اسلامی
ــ تقویت و تعمیق زمینه‌های بحث و گفتگو با مجامع و علمای ادیان الهی
ــ انجام مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین‌المللی و حمایت از پژوهش‌های اسلامی و ایرانی به‌ویژه در زمینه شناخت ادیان، فرق، فرهنگ ملل و ساختار جریان‌های فرهنگی در جوامع مختلف
ــ شناخت جمعیت‌ها، انجمن‌ها و شخصیت‌های فرهنگی و مذهبی جهان
ــ اشاعه و گسترش زبان و ادبیات فارسی و تقویت کرسی‌های زبان فارسی و ایران‌شناسی
ــ اشاعه و گسترش اسلام‌شناسی، قرآن‌شناسی و ایجاد و گسترش کرسی‌هایی در باره اسلام، قرآن، اسلام و مکتب تشیع
ــ گسترش و تقویت مناسبات فرهنگی با ملل و اقوام مختلف به‌ویژه کشورهای مسلمان به منظور مبادلات فرهنگی و عرضه صحیح فرهنگ و تمدن ایران اسلامی
ــ ساماندهی و هماهنگی کلیه فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی در خارج از کشور
ــ ایجاد پژوهشکده‌های مشترک (کشورهای حوزه تمدنی اسلام) برای مطالعه و تحقیق پیرامون مؤلفه‌های مشترک اسلام و تمدن اسلامی (تاریخ اسلام، پیامبر اکرم(ص)، قرآن کریم و...)
ــ ایجاد پژوهشکده‌های مشترک (کشورهای حوزه فرهنگ و تمدنی ایران) برای مطالعه و تحقیق پیرامون مؤلفه‌های مشترک فرهنگ و تمدن ایرانی (ایران باستان، ایران بعد از اسلام، اندیشمندان تاریخی مشترک مانند رودکی، مولوی و...)
ــ ایجاد پژوهشکده‌های مشترک قرآنی با حضور کشورهای اسلامی به منظور ساماندهی و تحقیقات فعالیت‌های قرآنی از قبیل مطالعات پیرامون عمل به آموزه‌های قرآن در عرصه‌های مختلف جامعه به‌ویژه در حاکمیت، مسابقات، فعالیت‌های هنری قرآنی و...

در این‌جا، به طور مشخص و نمونه به راهبردهایی برای برخی نهادها و سازمان‌های فرهنگی و فعال کشورمان در حوزه دیپلماسی فرهنگی می‌پردازیم. با یادآوری این نکته که از پرداختن به جزئیات خودداری شده و اهم مسائل بیان می‌شود.

مجلس شورای اسلامی

ـ قانونگذاری در زمینه هماهنگی دستگاه‌های فرهنگی کشور و مشخص کردن حوزه فعالیت آن‌ها و چگونگی این هماهنگی به منظور جلوگیری از موازی‌کاری

ـ توجه ویژه به بودجه فرهنگی کشور با توجه به جایگاه ایران اسلامی به عنوان یک ابرقدرت فرهنگی در جهان

ـ نظارت مستمر و تخصصی به فعالیت دستگاه‌های فرهنگی

ـ توجه به تحولات گسترده در عرصه فرهنگی در جهان به‌ویژه در عرصه تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و قانونگذاری لازم و به موقع

شورای عالی انقلاب فرهنگی

ـ توجه به تحولات فرهنگی جهان در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی کلان فرهنگی کشور

ـ تدوین استراتژی فرهنگی کلان کشور

ـ تدوین استراتژی کلان نهادهای فرهنگی و نظارت در اجرا

ـ آسیب‌شناسی فعالیت‌ها و نهادهای فرهنگی کشور

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

ـ بررسی سیر تحولات فرهنگی جهان و شناسایی بسترها و زمینه‌های لازم برای انتقال فرهنگ ایران اسلامی

ـ بررسی سیر تحولات فرهنگی جهان و شناسایی پیشرفت‌ها و تجربه‌ها و موفقیت‌های این عرصه و انتقال آن‌ها به نهادها و مسئولان داخل

ـ تقویت قرابت‌های فرهنگی منطقه‌ای از طریق ایجاد انجمن‌ها و اتحادیه‌های فرهنگی

ــ تلاش برای برقراری ارتباط با رسانه‌های بزرگ بین‌المللی برای ارائه تصویر واقعی ایران و به‌ویژه نظام اسلامی معاصر

ــ تلاش برای تعامل و تفاهم بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها

ــ تبیین و ارائه دیپلماسی دینی شفاف

ــ هماهنگی بین بخشی و تمرکز در تصمیم‌گیری (نهادهای داخلی) نه تنها وزارت خارجه، بلکه وزارتخانه‌های دفاع، اطلاعات، کشور، آموزش و پرورش، آموزش عالی، فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، قوه قضائیه و...

ــ تلاش برای برقراری ارتباط با محافل علمی خارج از طریق برگزاری همایش، پذیرش دانشجو، شرکت در همایش‌های بین‌المللی، چاپ کتاب و نشریه و...

ــ تبیین عظمت فرهنگ و تمدن اسلام و ایران از طریق رسانه‌ها، همایش‌ها، دیدار با اندیشمندان و نخبگان

ــ تلاش برای برقراری ارتباط با بخش‌های غیر دولتی در امور پژوهشی ـ دانشگاهی فرامرزی، تربیت نخبگان سایر کشورها از طریق فراهم آوردن فرصت‌های آموزشی و مطالعاتی از طریق بورس

ــ تشویق دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی خصوصی به ایجاد شعبه‌هایی در کشورهای دیگر و ارتباط با مؤسسات مشابه در خارج و تبادل استاد و دانشجو

ــ تأسیس مراکز مطالعاتی و تحقیقاتی پیرامون موضوعات، مسائل جهانی و فرهنگ با توجه به نیاز جامعه و تصمیم‌گیرندگان سیاسی و اقتصادی به نظرات کارشناسی و مبتنی بر داده‌های علمی

ــ گسترش ارزش‌های ملی و یافتن ارزش‌های مشابه در دیگر فرهنگ‌ها و پیوند زدن میان آن‌ها

ــ تعریف مشخص از ارزش‌های مورد قبول خود و موضع واحد در خصوص حقوق بشر، دموکراسی، حقوق زنان و...

ــ گسترش آموزش زبان فارسی برای استفاده علاقه‌مندان، ترجمه متون ادبی و تاریخی ایران به زبان‌های دیگر و امکان استفاده از منابع غنی فرهنگی و تاریخی ایران

ــ ایجاد مؤسسات آنلاین آموزش زبان فارسی یا دانشگاهی آنلاین با رشته‌های گوناگون زبان فارسی و ادبیات فارسی، ایران‌شناسی، اسلام‌شناسی و...

ـ ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی قوی و معتبر از ایران، اسلام و زبان فارسی و مطالبی همچون حقوق بشر، سیاست خارجی، تسلیحات کشتار جمعی، تروریسم و... به دیگر زبان‌های زنده دنیا به‌ویژه زبان انگلیسی به منظور ارتقای چهره مثبت فرهنگ، ملت و کشور ایران

ـ ایجاد مراکز فرهنگی در شهرهای مهم جهان در خارج

ـ ارتقای سطح دانش دیپلمات‌های فرهنگی در باره فرهنگ کشور خودی و کشور هدف و همچنین زبان‌آموزی دیپلمات‌های فرهنگی

وزارت آموزش عالی و فن آوری

ـ تأسیس مراکز مطالعاتی و دانشگاه‌های مشترک برای ارتقای شناخت از دیگر کشورها به‌ویژه درکشورهای همجوار

ـ جذب برجسته‌ترین پژوهشگران و دانشمندان و اندیشمندان از طریق ایجاد مراکز علمی

ـ تأسیس مراکز مطالعاتی و دانشگاه‌های مشترک اسلام‌شناسی، ایران‌شناسی، زبان فارسی قرآن و... دو یا چند جانبه باکشورهای مختلف

ـ تأسیس مراکز مطالعاتی و دانشگاه‌های مشترک اسلام‌شناسی، ایران‌شناسی، زبان فارسی، قرآن و... با همکاری آیسیسکو و اکو

ـ تأسیس مراکز مطالعاتی و دانشگاه‌های مشترک پیرامون ادیان الهی با همکاری رهبران و کشورهای مختلف جهان برای گسترش معارف الهی و اشتراکات

صدا و سیما

ـ تولید برنامه‌های مفید رادیو تلویزیونی و عرضه آن در سطح جهانی، گسترش مبادلات و ارتباطات بین‌المللی با رعایت موازین اسلامی

ـ توجه به برنامه‌ریزی برای تولید برنامه‌ها و سریال‌های خاص برای معرفی فرهنگ و تمدن ایران و اسلام

ـ راه‌اندازی کانال کودک و نوجوان با برنامه‌های (فیلم، کارتون، انیمیشن و...) دارای مؤلفه‌های فرهنگ اسلامی به زبان فارسی و انگلیسی با توجه به گسترش زبان انگلیسی

ــ راه‌اندازی کانال ویژه فرهنگ و تمدن ایران اسلامی با برنامه‌ها و سریال‌هایی با تبیین و معرفی و روشنگری جایگاه، غنا، ظرفیت فرهنگ ایرانی و اسلامی به زبان انگلیسی

ــ ساخت و تولید فیلم‌ها و سریال‌های مشترک (کشورهای حوزه تمدنی فرهنگ و تمدن ایرانی و حوزه اسلامی) با تأکید بر مؤلفه فرهنگ ایرانی و اسلامی

ــ راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی مشترک با کشورهای حوزه تمدنی فرهنگ و تمدن ایرانی و حوزه اسلامی با مؤلفه فرهنگ ایرانی و اسلامی برای ایجاد همگرایی و نزدیکی و پویا کردن اشتراکات دینی، تاریخی، فرهنگی

ــ راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی مشترک با همکاری آیسیسکو و اکو با تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی برای تقویت و گسترش اشتراکات دینی، تاریخی، فرهنگی در حوزه تمدنی ایرانی و اسلامی

ــ راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی مشترک با همکاری رهبران ادیان الهی با تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگ و معارف الهی برای تقویت و گسترش اشتراکات دینی و ترویج زندگی مسالمت‌آمیز

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ــ ساماندهی وسایل و امکانات هنری و سمعی و بصری، کتب و نشریات و سایر اقدامات لازم در داخل و خارج برای شناساندن مبانی، مظاهر، اهداف انقلاب اسلامی و نظام اسلامی به جهانیان

ــ زیر نظر داشتن تبلیغات سوء رسانه‌های جهانی علیه نظام اسلامی و اتخاذ شیوه‌های مؤثر مقابله با ترفندهای آن‌ها

ــ انعقاد قرارداد در زمینه مبادلات فرهنگی، هنری، سینمایی، جهانگردی، خبری، مطبوعاتی و... با کشورها و سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و بهره‌گیری از آن‌ها

ــ شناسایی و ساماندهی صنعت و صنایع فرهنگی کشور با ویژگی‌های فرهنگ ایران اسلامی

ــ شناسایی و ساماندهی حوزه‌های مربوط به چاپ و ترجمه کتاب، تولید فیلم و تئاتر، شعر و... در سراسر کشور در راستای تبلیغ و گسترش فرهنگ ایرانی و اسلامی

ـ شناسایی و ساماندهی صنایع دستی و جهت‌دهی و تشویق آن‌ها در معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی

وزارت امور خارجه

ـ توجه به عناصر فرهنگ ایرانی و اسلامی در حوزه سیاست خارجی و عرصه بین‌الملل

ـ بهره‌گیری از حوزه جغرافیای فرهنگی تمدن اسلامی برای همگرایی‌های منطقه‌ای با برجسته کردن اشتراکات و مؤلفه‌های فرهنگ و تمدن اسلامی

ـ بهره‌گیری از حوزه جغرافیای فرهنگی تمدن ایرانی برای همگرایی‌های منطقه‌ای با برجسته کردن اشتراکات و مؤلفه‌های فرهنگ و تمدن ایرانی

ـ توجه به ادبیات گفتمانی انقلاب اسلامی به‌ویژه عدالت‌محوری و ظلم‌ستیزی برای ایجاد اتحاد و همگرایی جهانی

ـ بهره‌گیری از ظرفیت‌های نهادهای بین‌المللی مانند سازمان ملل، سازمان کنفرانس اسلامی، جنبش عدم تعهد و... برای بهره‌گیری از مؤلفه‌ها و اشتراکات فرهنگی ایرانی و اسلامی با دیگر ادیان و فرهنگ‌ها، ظرفیت گفتمان انقلاب اسلامی و گفتگوی تمدن‌ها و فرهنگ‌ها برای گسترش صلح و عدالت در جهان

آموزش و پرورش

ـ تدوین کتب با ویژگی‌های فرهنگ ایرانی و اسلامی برای سنین مختلف و ارسال به سایر کشورها به منظور انتقال ظرفیت فرهنگی ایران اسلامی

ـ ایجاد اتحادیه‌ها و NGOهای معلمان در حوزه کشورهای حوزه تمدنی ایران و اسلام به منظور انتقال ظرفیت‌های فرهنگی ایران اسلامی

ـ تدوین کتب با ویژگی‌های مشترک ادیان الهی برای سنین مختلف و ارسال به سایر کشورها به منظور گسترش معارف الهی

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری

ـ ساماندهی موزه‌ها و سایت‌های (مراکز) میراث تاریخی برای گردشگران

ـ معرفی موزه‌ها و سایت‌های (مراکز) میراث تاریخی، فرهنگی و مذهبی

کشورمان از طریق چاپ کتاب، نقشه، سایت‌های اینترنتی، بروشور و...

ـ بسترسازی برای گسترش توریسم فرهنگی

ـ ایجاد، توسعه و بهره‌برداری از تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی و انجام اقدامات لازم برای ارائه پیشرفت‌های مملکتی و شناساندن تحولات فرهنگی و تمدن و جاذبه‌های جهانگردی ایران

ـ ایجاد هماهنگی و فعالیت مشترک باکشورهای مختلف برای گسترش توریسم در حوزه تمدنی اسلامی و فرهنگ و تمدن ایرانی

سازمان تبلیغات اسلامی

ـ ایجاد هماهنگی با حوزه‌های علمیه دیگر کشورها برای تقویت و گسترش تبلیغات اسلامی

ـ ایجاد پژوهشکده‌های دینی مشترک در خصوص معارف اسلامی، قرآنی، آموزه‌های پیامبر اکرم(ص) و...

ـ ساماندهی فعالیت‌های قرآنی و تقویت آن در سراسر کشور و بهره‌گیری از این توانمندی‌ها برای گسترش معارف قرآنی در جهان

در پایان، با توجه به گستردگی موضوع دیپلماسی فرهنگی، این ضرب‌المثل تداعی می‌کند که «به پایان آمد این دفتر حکایت همچنان باقی است» و آنچه برشمردیم و در جای‌جای این کتاب توضیح دادیم، موضوع دیپلماسی فرهنگی است که در سه محور و موضوع استراتژیک جهانی یعنی قدرت و توان فرهنگی (ظرفیت‌ها، قرابت‌های فرهنگی، تکنولوژی ارتباطات)، ارتباطات (ارتباطات رسمی و غیر رسمی) و روابط بین‌الملل (سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی بین‌المللی و جغرافیای فرهنگی) موضوعیت و کاربرد عملی پیدا می‌کند. در باره این سه محور نه تنها کرسی‌های دانشگاهی، دانشکده‌ها، پژوهشکده‌ها، بلکه دانشگاه‌هایی با تئوریسین‌ها و نابغه‌هایی در سراسر این کره خاکی به تحقیق، تتبع و مطالعه می‌پردازند و این نکته نشانگر عظمت، پیچیده بودن و گستردگی موضوع دیپلماسی فرهنگی است. در عین حال، با در نظر گرفتن عناصر ذکر شده در مدل پیشنهادی می‌توان با بهره‌گیری از مؤلفه‌های فرهنگی در عرصه سیاست خارجی و جهانی، در جهت سازگاری ملل، گسترش صلح، تفاهم و دوستی و سعادت بشر اقدامی شایسته و درخور انسانی به انجام رساند.

فهرست منابع

منابع فارسی

آرمسترانگ، میچل، مدیریت استراتژیک منابع انسانی (راهنمای عمل)، ترجمهٔ سید محمد اعرابی و داود یزدی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۱.

آزاد، تقی، تبادل و تقابل فرهنگی در عصر ماهواره، تاب سروش؛ رسانه و فرهنگ، انتشارات سروش، ۱۳۷۶.

آشنا، حسام‌الدین، «فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، شماره ۲۱، بهار۱۳۸۳.

آشوری، داریوش، تعریف و مفهوم فرهنگ، تهران، مرکز اسناد فرهنگی آسیا، ۱۳۵۷.

آلبر کلییار، کلود، سازمان‌های بین‌المللی از آغاز تا به امروز (همبستگی بین‌المللی)، ترجمهٔ هدایت‌الله فلسفی، تهران، فاخته، ۱۳۷۱.

آیت‌الهی، علیرضا، اصول برنامه‌ریزی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۴.

اتسلندر، پتر، روش‌های تجربی تحقیق اجتماعی، ترجمهٔ بیژن کاظم‌زاده، آستان قدس رضوی، معاونت فرهنگی، ۱۳۷۵.

اجلالی، پرویز، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، انتشارات آن، ۱۳۷۹.

احمدزاده، سیدمصطفی، ایران، کانون مبادلات دینی شرق و غرب، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.

احمدی، حسن، روش برنامه‌ریزی در بخش فرهنگ، تهران، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۰.

احمدی علی‌آبادی، مجموعه مقالات همایش سیاسی و مدیریت برنامه‌های رشد و توسعه، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش و مدیریت برنامه‌ریزی در ایران، ۱۳۸۲.

استفن پی، رابینز، مدیریت رفتار سازمانی، ترجمهٔ سید محمد اعرابی و علی پارسائیان، ۲ جلد، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۶.

اسماعیلی، رضا، «برنامه‌ریزی فرهنگی: گونه‌ها و مراحل طراحی آن با نگاهی اجمالی به سیر آن در جامعه ایران،» سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۲.
اسمیت، فیلیپ، درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمهٔ حسن پویان، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۳.
اشتریان، کیومرث، متغیرها و شاخص‌های ارتباطات بین‌المللی فرهنگی، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.
اطهری مریان، سید حسین، «تبادل فرهنگی؛ سنت، مدرنیته، پست‌مدرنیته، تبادل فرهنگ‌ها»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، مؤسسه مطالعات ملی، ۱۳۷۹.
اعظم محمدبیگی، علی، اقتصاد فرهنگ و مطالعه آن در ایران و جهان، مجموعه مقالات گردهمایی ساماندهی فرهنگی (فرهنگ، سیاست و توسعه)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نشر دال، ۱۳۷۹.
اقتداری، علی محمد، سازمان و مدیریت، انتشارات مولوی، ۱۳۸۰.
الوانی، سید مهدی، تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی، ج پنجم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، ۱۳۷۷.
الهی، همایون، شناخت ماهیت و عملکرد امپریالیسم، نشر قومس، ۱۳۸۳.
الیوت، تی. اس. در باره فرهنگ، ترجمهٔ حمید شاهرخ، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۱.
امام خمینی(ره)، سخنان و فرمایشات.
امجد، محمد، «تأثیر تعاملات فرهنگی بر روند تاریخی توسعه، مطالعه فرهنگی»، مجموعه مقالات نشر جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
ایران‌نژاد پاریزی، مهدی، اصول و مبانی مدیریت در جهان معاصر، تهران، نشر مدیران، ۱۳۸۴.
ایمانی‌پور، مهدی، سرمقاله مجله شماره ۱ «فرهنگ روس»، نشریه رایزنی فرهنگی کشورمان در روسیه، ۱۳۸۳.
ایمانی، علی، «نگرش سیستمی به نخبه فکری»، تهران، روزنامه همشهری، ۱۳۸۳.
اینگلهارت، رونالد، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمهٔ ریم وتر، تهران، انتشارات کهن، ۱۳۷۳.
بابایی، محمد باقر، روش تحقیق، تهران، انتشارات سبحان، ۱۳۸۲.
بابایی، محمدباقر، مبانی استراتژی فرهنگی از دیدگاه امام علی(ع)، انتشارات سپاه پاسداران، ۱۳۸۴.
باقریان، محمد، مدیریت راهبردی با نگرش بومی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۹.
بخشنده، فرهاد و محسنی، مجید، اصول طراحی برنامه‌های فرهنگی، تهران، چوگان، ۱۳۷۷.
براتی، عباسعلی، فرهنگ چیست، ۱۳۷۳.
برایسون، جان ام، برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی، ترجمهٔ عباس منوریان، تهران، نشر سازمان مدیریت دولتی، ۱۳۷۲.

بنی صادقی، راه‌های مقابله با تهاجم فرهنگی غرب، ۱۳۸۴.
بیلیس، جان و اسمیت، استیو، جهانی‌شدن سیاست: روابط بین‌الملل در عصر نوین، جلد اول با موضوع زمینه‌ها تاریخ... و جلد دوم موضوعات بین‌المللی، جهانی‌شدن در آینه، ترجمهٔ ابوالقاسم راه‌چمنی و دیگران، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابزار معاصر، ۱۳۸۳.
پرزدکوئیار، خاویر، تنوع خلاق ما، گزارش کمیسیون جهانی فرهنگ توسعه، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، ۱۳۷۷.
پورحسین، ناصر، «فن‌آوری ارتباطی؛ حاکمیت دولت‌ها و تبادل فرهنگ‌ها، تبادل فرهنگ‌ها»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، مؤسسه مطالعات ملی، ۱۳۷۹.
پهلوان، چنگیز، فرهنگ‌شناسی، تهران، انتشارات پیام امروز، ۱۳۷۸.
پهلوان، چنگیز، فرهنگ‌شناسی، گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن تهران، انتشارات پیام امروز، ۱۳۷۸.
پهلوان، چنگیز، فرهنگ و برنامه‌ریزی، تهران، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، ۱۳۵۸.
پهلوان، چنگیز و دیگران، توسعه فرهنگی (مجموعه مقالات)، ترجمهٔ احمد صبوری، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. ۱۳۸۱.
پیرس و رابینسون، برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک، ترجمهٔ سهراب خلیلی شورینی، تهران، انتشارات یادواره کتاب، ۱۳۷۶.
پیروزمند، علیرضا، «مبانی برنامه‌ریزی فرهنگی»، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۳۳، تهران، زمستان ۱۳۸۱.
پیروزمند، علیرضا، «مبانی برنامه‌ریزی فرهنگی»، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۳۳،تهران، زمستان ۱۳۸۱.
تابش، علیرضا، تعامل فرهنگ و روابط عمومی، مجموعه سخنرانی‌های همایش روابط عمومی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۸۳.
تاجیک، محمدرضا، «امپریالیسم گفتمان مسلط؛ تأملی در استراتژی‌های نرم‌افزار سلطه»، فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، شماره ۷، دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۷۴.
تقوی دامغانی، سید رضا، مدیریت اسلامی، تهران، دانشگاه امام حسین(ع)، ۱۳۸۰.
توحید فام، محمد، فرهنگ در عصر جهانی‌شدن چالش‌ها و فرصت‌ها، تهران، روزنامه، ۱۳۸۱.
توحید فام، محمد، موانع توسعه فرهنگی در ایران، انتشارات باز، ۱۳۸۰.
توسلی، غلامعباس، «بحران مدیریت فرهنگی»، گفتگو با مردم‌سالاری، ۱۳۸۱.
توسلی، غلامعباس، نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران، سمت، ۱۳۸۳.
توکلی مقدم، رضا و شکاری، امیر، مهندسی ارزش ابزار قدرتمند بهره‌وری، تدبیر، ۱۳۸۵.
جدیدبناب، علی، «جستاری در فرهنگ و تمدن اسلامی»، سایت سازمان تبلیغات اسلامی.
جعفرپور، رشید، «تنوع فرهنگی جهان اسلام و چالش‌های موجود در عصر جهانی‌شدن» سایت اینترنتی دانشگاه امام صادق، ۱۳۸۲.

جعفری، محمدتقی، فرهنگ پیرو فرهنگ پیشرو، مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه، ۱۳۷۷.
جمعی از نویسندگان، مدیریت اسلامی، تهران، سازمان اداری استخدامی کشور، ۱۳۸۲.
چالمرز، آلن، چیستی علم: درآمدی بر مکاتب علم‌شناسی فلسفی، ترجمهٔ سعید زیباکلام، تهران، نشر علمی و فرهنگی، ۱۳۷۷.
چامسکی، نوآم، «رویکرد مهندسی در کنترل پدیده‌های اجتماعی»، تدبیر، شماره ۱۵۴، ۱۳۸۵.
چلبی، مسعود، جامعه‌شناسی نظم، تهران، نشر نی، ۱۳۷۵.
حبیبی، محمد، خصایص مدیران فرهنگی، انتشارات تبیان، ۱۳۷۹.
حداد عادل، غلامعلی، فرهنگ برهنگی و برهنگی فرهنگی، سروش، ۱۳۷۴.
حسن‌خانی، محمد، نقش فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در طراحی و پیشبرد دیپلماسی؛ با تأکید بر سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست، ۱۳۸۶.
حسینی، سیداحمد و کرامتیف، آرش، «چالش‌های پیش روی فعالیت‌های فرهنگی»، دو هفته‌نامه مهندسی فرهنگی، شماره ۵، ۱۳۸۵.
حسینی، سید یعقوب، آمار ناپارامتریک، روش تحقیق و *Spss*، دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۸۲.
حقیقی، رضا، فرهنگ و دیپلماسی، تهران، انتشارات المهدی، ۱۳۸۶.
حیدری، علیرضا، جهانی‌شدن فرهنگ، تهران، جام‌جم، ۱۳۸۱.
خاتمی، سیدمحمد، بیم موج (مجموعه مقالات)، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۱.
خاتمی، محمد، سیاست فرهنگی، چالش دغدغه‌های دینی و مقتضیات روز، مقدمه مجموعه مقالات گردهمایی ساماندهی فرهنگی (فرهنگ، سیاست و توسعه)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نشر دال، ۱۳۷۹.
خاکی، غلامرضا، روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه‌نویسی، تهران، انتشارات بازتاب، ۱۳۸۴.
خاکی، غلامرضا، روش تحقیق در مدیریت، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۳.
خامنه‌ای، سیدعلی، رهنمون، مجموعه بیانات مقام معظم رهبری در باره اصول و مبانی فعالیت‌ها در حوزه بین‌الملل، انتشارات بین‌المللی المهدی، ۱۳۸۴.
خرازی آذر، رها، «سایبر دیپلماسی؛ استراتژی‌ها و تاکتیک‌های روابط عمومی دیپلماتیک در فضای سایبر»، نخستین همایش روابط عمومی الکترونیک ایران، ۱۳۸۴.
خرازی، کمال، سیاست خارجی ما (مجموعه سخنرانی‌های سید کمال خرازی وزیر امور خارجه)، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه، ۱۳۸۴.
خردمند، فرزانه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی، بررسی نقش مدیران فرهنگی صدا و سیمای ج.ا. ایران در روند جهانی‌شدن فرهنگ، تهران، ۱۳۸۰.
خوشرو، غلامعلی، میزگرد تبادل و تهاجم فرهنگی، نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی»، فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.

دارابی، علی، فصلنامه پژوهشی اندیشه انقلاب اسلامی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد، سال دوم، شماره پنجم، بهار ۱۳۸۲.
دراکر، پیتر، نظریه‌های نوین سازمان و مدیریت، ترجمهٔ محسن قدمی و مسعود نیازمند، تهران، نشر یادواره کتاب، ۱۳۷۶.
دفت، ریچارد ال، تئوری و طراحی سازمان، ترجمهٔ علی پارسیان و سیدمحمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۹.
دِل کورال، میلاگروس، «رویکرد یونسکو به صنایع فرهنگی در عصر ارتباطات و اطلاعات»، ترجمهٔ وحیدی مطلق، سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۳.
دوپویی، گزاویه، فرهنگ و توسعه، ترجمهٔ فاطمه فراهانی و عبدالحمید زرین‌قلم، ناشر کمیسیون ملی یونسکو در ایران، ۱۳۷۴.
دهخدا، علی‌اکبر، لغت‌نامه، دانشگاه تهران (مؤسسه دهخدا).
دهشیری، محمدرضا، «تبادل فرهنگی میان ملت‌ها، موانع و راهکارها، تبادل فرهنگ‌ها» فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، مؤسسه مطالعات ملی، ۱۳۷۹.
«دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی و قفقاز»، فصلنامه تحلیلی - آموزشی و اطلاع‌رسانی فرهنگ دیپلماسی، سال اول، شماره ۲ و ۳، زمستان ۸۰ و بهار ۱۳۸۱.
ذکاوتی قراگوزلو، علی، «فرایند گسترش گفتگوی تمدن‌ها»، چیستی گفتگوی تمدن‌ها (مجموعه مقالات)، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۷۷.
ذکایی، محمدسعید، «امپریالیسم فرهنگی،» فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۸، چاپ معاونت امور مطبوعاتی و تبلیغاتی وزارت ارشاد، ۱۳۷۰.
راهبرد فرهنگی جهان اسلام، سازمان کنفرانس اسلامی، ترجمهٔ محمد مقدس، انتشارات بین‌المللی الهدی، ۱۳۸۰.
رجب‌زاده، احمد، انگاره نظری فرهنگ و الزامات برنامه آن، مجموعه مقالات گردهمایی ساماندهی فرهنگی (فرهنگ، سیاست و توسعه)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نشر دال، ۱۳۷۹.
رزاقی، ابراهیم، ضرورت بازسازی دستگاه گوارشی فرهنگی ملی، «فرهنگ، سیاست و توسعه در ایران امروز»؛ مجموع مقالات گردهمایی ساماندهی فرهنگی، نشر دال، معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۹.
رضایی، محسن، سرمشقی برای سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران، ملیکا، ۱۳۸۰.
رضوی، یوسف، نیازسنجی آموزشی، معاونت منابع انسانی و امور اجتماعی سازمان توسعه و نوسازی، ۱۳۸۰.
رضی‌خان، جعفر، اکو: چارچوب مناسبی برای همکاری‌های فرهنگی منطقه‌ای، همایش ارتباطات فرهنگی، الهدی، ۱۳۸۶.
رفیع‌پور، فرامرز، آناتومی جامعه، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۸.
رمرودی، حمیدرضا، «روابط فرهنگی بین‌المللی، نماد و اسطوره در روابط بین‌الملل»، فصلنامه فرهنگ و دیپلماسی، شماره اول، وزارت امور خارجه، ۱۳۸۰.

رنه مائو، «مسائل و چشم اندازهای فرهنگ در جهان کنونی، فرهنگ و زندگی»، شماره ۱۵، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶.
روح‌الامینی، محمود، زمینه فرهنگ‌شناسی، انتشارات عطار، ۱۳۶۸.
روح‌الامینی، محمود، مردم‌شناسی فرهنگی، تهران، انتشارات زمان، ۱۳۷۶.
ریتزر، جورج، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمهٔ محسن ثلاثی، تهران، نشر علمی، ۱۳۷۴.
ریخته‌گران، محمدرضا، میزگرد تبادل و تهاجم فرهنگی؛ نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی»، فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
ری‌شهری، محمد، اخلاق مدیریت، تهران، انتشارات اسلامی، ۱۳۶۹.
زورق، محمدحسن، مبانی تبلیغ، انتشارات سروش، ۱۳۶۸.
ژرف نای، «کاربرد قدرت نرم»، ترجمهٔ سید رضا میرطاهر، ۱۳۸۳، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال ۲ ش ۶ (زمستان ۸۳)، ۱-۳۷، (ترجمه فصل ۴ از کتاب *Soft power,* New York: public affairs, 2004).
ژیرار، اگوستین، توسعه فرهنگی (تجارب و خط‌مشی‌ها)، ترجمهٔ عبدالمجید زرین‌قلم، پروانه سپرده و علی هاشمی گیلانی، مرکز آمار و برنامه‌ریزی پژوهش‌های فرهنگی و هنری، ۱۳۷۲.
سادات، محمدعلی، «مقدمه، گفتارهایی در باره روابط فرهنگی»، شماره ۲، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۸.
سازمان علمی فرهنگی و تربیتی ملل متحد (یونسکو)، راهبردهای عملی توسعه فرهنگی (یونسکو)، ترجمهٔ محمد فاضلی، انتشارات مؤسسه فرهنگی تبیان، ۱۳۷۹.
سریع‌القلم، محمود، «تأثیر نظام بین‌الملل در روابط ایران و اعراب»، مجموعه مقالات روابط فرهنگی ایران و آسیا، شماره ۱، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
سریع‌القلم، محمود، «قواعد تمدن‌سازی و آینده تمدن اسلامی»، مجموع مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی فرهنگ و تمدن اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین‌المللی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۳.
سعادتی، لیلا، «بررسی وضعیت روابط بین‌المللی فرهنگی ایران»، فرهنگ و پژوهش، ش ۱۴۷، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۹.
سلطانی‌فر، محمد، «قدرت نرم»، سایت شبکه خبر، ۱۳۸۵.
سلیمی، حسین، فرهنگ‌گرایی، جهانی‌شدن و حقوق بشر، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۷۹.
سلیمی، حسین، فرهنگ‌گرایی، جهانی‌شدن و حقوق بشر، مرکز چاپ وزارت امور خارجه، ۱۳۸۱.
سماور، لاری ا؛ دای پورتر ریچارد و استفالی لیزا، ارتباط بین فرهنگ‌ها، ترجمهٔ غلامرضا کیانی و سید اکبر میرحسینی، انتشارات باز، ۱۳۷۹.

سنایی، مهدی، «تعاملات فرهنگی، تعاملات سیاسی»، فصلنامه چشم‌انداز ارتباطات فرهنگی، شماره ۱۲، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۳.
سنایی، مهدی، «تعامل فرهنگی و دینی، نیاز جهان کنونی»، فصلنامه چشم‌انداز ارتباطات فرهنگی، ش ۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۳.
سنایی، مهدی، «عصر افزایش تأثیر فرهنگ بر نظام بین‌الملل»، فصلنامه چشم‌انداز ارتباطات فرهنگی، شماره ۲۰، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۴.
شاه‌حسینی، علی، کارآفرینی، چاپ اول، تهران، نشر آییژ، زمستان ۱۳۸۳.
شعاعی، محمدعلی، آشنایی با مفاهیم فرهنگ و روابط فرهنگی، مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین‌المللی، ۱۳۷۴.
شعاعی، محمدعلی، میزگرد تبادل و تهاجم فرهنگی؛ نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی». فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
شکرخواه، یونس، «فرهنگ و دیپلماسی»، سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۲.
شنایدر، سوزان سی و لوئی بارسو، ژان، مدیریت در پهنه فرهنگ‌ها، ترجمهٔ سید محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۹.
شیخ‌زاده، حسین، نخبگان و توسعه ایران، انتشارات باز، ۱۳۸۵.
شیلر، هربرت، وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری آمریکا، ترجمهٔ احمد میرعابدینی، سروش، ۱۳۷۷.
صادقپور، ابوالفضل و مقدسی، جلال، نظریه سازمان مدیریت و علم مدیریت، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۴.
صالحی امیری، سیدرضا، مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی، ققنوس، ۱۳۸۶.
صالحی امیری، سیدرضا و کاوسی، اسماعیل، آسیب‌شناسی سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی در ایران، نشر مرکز مطالعات استراتژیک، مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۵.
صالحی امیری، سیدرضا و کاوسی، اسماعیل، «تأملی بر ضرورت‌های طراحی و توسعه مدیریت فرهنگی»، راهبرد، ۱۳۸۵.
صرافی‌زاده، اصغر و نجف‌بیگی، رضا، تکنولوژی اطلاعات در جهان سوم، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۷۵.
ضیایی، حسین، «چرا اکو؟ چرا نوروز؟»، ماهنامه اکونوروز، شماره ۱، مؤسسه فرهنگی اکو، تهران، ۱۳۸۶.
طاهری، محمود، رسانه‌ها و گفتگوی فرهنگ‌ها، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ۱۳۸۳.
طبرسا، غلامعلی، تبیین شاخص‌های فرهنگی (شاخص‌های بخش هنر)، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲.

طبیبی، سیدجمال‌الدین، «نقش دانشگاه و پژوهش در توسعه ملی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، شماره ۷ و ۸، پاییز و زمستان ۱۳۷۳.
طهماسبی، فریال، «بررسی روابط بین‌المللی فرهنگی ایران در قالب حضور شخصیت‌های فرهنگی و هنری در محافل فرهنگی جهان»، نشریه فرهنگ و پژوهش، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۳.
طیبی، حمیدرضا، «سخنرانی در سمینار نظرسنجی الکترونیکی»، پیام جهاد؛ ماهنامه خبری جهاد دانشگاهی، شماره ۷۱، دی و بهمن ۱۳۸۶.
عزتی، مرتضی، فرهنگ توسعه از دیدگاه امام خمینی(ره)، تهران، نشر پژوهش‌های بنیادی وزارت ارشاد، ۱۳۷۶.
عزتی، مرتضی، فرهنگ توسعه از دیدگاه امام خمینی(ره)، تهران، نشر مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت ارشاد، ۱۳۷۶.
عطارزاده، مجتبی، «ناکارآمدی دانشگاه در روند پیشرفت علمی ـ فرهنگی کشور»، مجموعه مقالات، نشر جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
عظیمی حسینی، ایران امروز در آینه مباحث توسعه، چاپ فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۳.
علی‌شاه، سید افسر، «اهمیت زبان فارسی در پیوستگی‌های فرهنگی کشورهای منطقه»، سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۵.
عیوضی، محمدرحیم، «تبادل فرهنگی، پیش‌نیازها و کارکردها، تبادل فرهنگ‌ها»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، مؤسسه مطالعات ملی، ۱۳۷۹.
فانی، علی‌اصغر، «مسئله‌شناسی نظام آموزش و پرورش در ایران»، معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، مرکز مطالعات استراتژیک، گزارش راهبردی، شماره ۱۱، ۱۳۸۵.
فراهانی، فاطمه، تدوین شاخص‌های فرهنگی توسعه، خلاصه مقالات گردهمایی راهبرد و رویکردهای ساماندهی فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷.
فرد آر دیوید، مدیریت استراتژیک، ۱۳۸۵.
فردرو، محسن، مجموعه مقالات پیرامون مدیریت فرهنگی، تهران، انتشارات مه‌آسا، ۱۳۸۵.
فردرو و دیگران، جامعه و فرهنگ (مجموعه مقالات)، ج ۱، ترجمهٔ نعمت‌اللّه موسوی‌پور، تهران، انتشارات آرون، ۱۳۸۰.
فروتن، حسن، «تهاجم فرهنگی ریشه‌ها، شیوه‌ها و روش‌های مقابله با آن»، سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۴.
فرهنگی، علی‌اکبر، «نظری به فرهنگ»، نشریه نامه فرهنگ، شماره ۳۰، تهران، ۱۳۸۲.
فیاض، ابراهیم، جغرافیای تمدنی ایران و ساماندهی فرهنگی، خلاصه مقالات گردهمایی راهبردها و رویکردهای ساماندهی فرهنگی، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷.
فیاض، ابراهیم، «چارچوب تئوریک دیپلماسی فرهنگی»، هفته‌نامه پگاه حوزه، شماره ۲۰۷، ۱۳۸۶.
قراباق زندی، داود، «میزگرد تبادل فرهنگ‌ها، ضرورت‌ها و دورنماها، تبادل فرهنگ‌ها»، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، مؤسسه مطالعات ملی، ۱۳۷۹.

قربانی، زین‌العابدین، علل پیشرفت اسلام و انحطاط مسلمین، ج پنجم، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۴.
کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات، جلد اول: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمهٔ احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو، ۱۳۸۰.
کاستلز، مانوئل، عصر اطلاعات، جلد دوم: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، قدرت هویت، ترجمهٔ احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو، ۱۳۸۰،
کاشفی، مقدس، مدیریت، انتشارات، انتشارات سمت، ۱۳۷۹.
کرایب، یان، نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس، ترجمهٔ عباس مخبر، تهران، نشر آگه، ۱۳۷۸.
کریمی، غلامرضا، سازمان آیسیسکو بستری برای همکاری‌های فرهنگی، علمی و آموزشی کشورهای اسلامی، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.
کلارک، یان، جهانی‌شدن و نظریه روابط بین‌الملل، ترجمهٔ فرامرز تقی‌لو، مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۸۲.
کوهن، ریمون، گفتگوی فرهنگ‌ها (ارتباط‌های بین‌المللی در دنیای وابسته)، ترجمهٔ محمدعلی محمدی، انتشارات آستان قدس رضوی، شرکت به‌نشر، ۱۳۷۹.
گروه نویسندگان، گزارش جهانی فرهنگ ۱۹۹۸، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران، ۱۳۷۹.
گل‌محمدی، احمد، جهانی‌شدن، فرهنگ، هویت، نشر نی، ۱۳۸۱.
گودیکانست، ویلیام بی، پیوند تفاوت‌ها؛ راهنمای ارتباط کارآمد بین گروهی، ترجمهٔ علی کریمی و مسعود هاشمی، انتشارات تمدن ایرانی، ۱۳۸۳.
گیدنز، آنتونی، جامعه‌شناسی، ترجمهٔ منوچهر صبوری، نشر نی، ۱۳۷۳.
مجتبایی، فتح‌الله، میزگرد تبادل و تهاجم فرهنگی؛ نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی»، فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
مجموعه قوانین با آخرین اصلاحات، ۱۳۸۴.
محسنیان راد، مهدی، تحولات جهانی‌شدن و آینده ارتباطات میان‌فرهنگی، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.
محسنی، منوچهر، وضعیت تحقیقات فرهنگی ـ اجتماعی در ایران، تهران، نشر رسانش، ۱۳۷۸.
محقق داماد، مصطفی، میزگرد تبادل و تهاجم فرهنگی؛ نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی»، فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
محقق، مهدی، میزگرد تبادل و تهاجم فرهنگی؛ نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی»،

فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
محمد رفیعی، سیدکمال‌الدین، «سازمان‌های غیردولتی فرهنگی از دیدگاه نظریه‌های روابط بین‌الملل»، سایت سازمان فرهنگ ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۵.
محمدی، احسان‌اللّه، «سهم فرهنگ ایرانی در تمدن جهانی»، روزنامه رسالت، شماره ۶۳۲۲، ۸۶/۹/۲۸، صفحه ۵ (فرهنگی)، ۱۳۸۶.
محمدیان، حسین، «آسیب‌شناسی و مدیریت فرهنگ»، دو هفته‌نامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۵.
محمدی، رخشنده، فرهنگ جهانی و فرهنگ‌های ملی، کتاب سروش؛ رسانه و فرهنگ، انتشارات سروش، ۱۳۷۶.
محمدی عراقی، محمود، «ماهیت فرهنگ و روابط فرهنگی با دیگر کشورها»، شماره ۲۱، فصلنامه چشم‌انداز ارتباطات فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۴.
مرل، مارسل، «نقش عوامل فرهنگی در روابط بین‌الملل»، فصلنامه اطلاعات اقتصادی ـ سیاسی، ترجمهٔ احمد نقیب‌زاده، مؤسسه اطلاعات، ۱۳۸۴.
مستقیمی، بهرام، نقش فرهنگ در شکل‌گیری سیاست خارجی، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.
مسجدجامعی، محمد، «میزگرد تبادل فرهنگ‌ها، ضرورت‌ها و دورنماها، تبادل فرهنگ‌ها» فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، مؤسسه مطالعات ملی، ۱۳۷۹.
مسعودیان، سعداللّه، سیری در مؤلفه‌های فرهنگی جهان، دفتر امور پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۲.
معظمی، حبیب، «رویکردی جدید در کاربرد ارتباطات و فرهنگ در خدمت منافع ملی: آموزشی دیپلماسی»، ماهنامه ارتباطات فرهنگی (چشم‌انداز)، شماره ۱۵، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، فروردین و اردیبهشت، ۱۳۸۴.
معینی، جهانگیر، نظریه و فرهنگ، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات فرهنگی بین‌المللی، ۱۳۷۴.
مفتخری، حسین، توسعه فرهنگی و فرهنگ ایرانی ـ اسلامی (از منظر تاریخی)، مطالعه فرهنگی، تهران، جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
مفتخری، حسین، توسعه فرهنگی و فرهنگ ایرانی ـ اسلامی (از منظر تاریخی)، مطالعه فرهنگی، مجموعه مقالات، دفتر مطالعات فرهنگی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
منصوری، ویکتوریا و اشرف، شهلا، نظام آماری برای برنامه‌ریزی فرهنگی در آسیا (ترجمه)، تهران، انتشارات وزارت برنامه و بودجه، مدیریت ارشاد و فرهنگ و هنر، ۱۳۶۳.
منطقی، مرتضی، انقلابی در راه: بررسی انقلاب بازی‌های ویدیویی، دفتر مطالعات فرهنگی جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
منوچهری، عباس، «گفتگوی تمدن‌ها و صلح جهانی»، نشریه فرهنگ، بنیاد فرهنگ تاجیکستان، می ـ ژوئن ۲۰۰۶.

موسوی، سیدیعقوب، «فرهنگ بستر اساسی توسعه آموزشی در جامعه»، مطالعه فرهنگی، مجموعه مقالات، نشر جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۲.
مولینر، پیر، آموزش حرفه‌ای مدیران فرهنگی، ترجمهٔ علی هاشمی گیلانی، نشر مرکز پژوهش‌های بنیادی، ۱۳۷۲.
مهدیان، محسن، «مهندسی فرهنگی و عملکرد یکساله رئیس جمهور»، سایت بازتاب، ۱۳۸۵.
مهرابی، مقداد، «توان فرهنگ ایرانی برای حضور در عصر جهانی‌شدن»، سایت تخصصی مطالعات ارتباطات و فناوری اطلاعات.
مهرابی، مقداد، «جهانی‌شدن و توان فرهنگ ایرانی: نقش مولانا جلال‌الدین محمد بلخی در مفهوم‌سازی فرهنگی»، سایت تخصصی مطالعات ارتباطات و فناوری اطلاعات.
میرزا امینی، محمدرضا، برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک (ترجمه)، تهران، نشر اندیشگاه شریف، ۱۳۸۵.
نادری قطب‌الدینی و دیگران، کتاب سبز یونسکو، انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۸۲.
نادمی قمی، ولی، «ارزیابی متوازن»، تهران، نشریه دبیر، شماره ۱۳۲، ۱۳۸۲.
ناصری، سیدمسعود، «پژوهش در خدمت توسعه فرهنگی»، فرهنگ و پژوهش، شماره ۹۷، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱.
ناظرزاده کرمانی، فرناز، کدام فرهنگ ستودنی‌تر است؟؛ نامه فرهنگ، «تبادل و تهاجم فرهنگی»، فصلنامه تحقیقاتی در مسائل فرهنگی و اجتماعی، شماره ۲۹، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۷۷.
«نامه وارده»، فصلنامه رهیافت، شماره هفدهم، زمستان ۱۳۷۶.
نصر، سیدحسین، «اسلام و دنیای امروز»، روزنامه ایران، شماره ۲۴۴۵، ۱۳۸۲.
نصر، سیدحسین، «مناطق فرهنگی در تمدن اسلامی»، سایت رایزنی فرهنگی ج. ا. ایران در مسکو، ۱۳۸۵.
نقیب‌زاده، احمد، تأثیر فرهنگ بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۸۱.
نقیب‌زاده، احمد، جزوه درسی جامعه و فرهنگ در اروپا، دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه، پاییز ۱۳۸۳.
نقیب‌زاده، احمد، «ضرورت دیپلماسی فرهنگی»، همشهری دیپلماتیک، شماره ۸۱، ۱۳۸۰.
نگهبان، علیرضا، راهنمای روش تحقیق به کمک پرسشنامه، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۴.
نگهداری، بابک، سیاست فرهنگی کشورهای جهان، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۲.
نوروزی، حسین، ایران و رژیم‌های بین‌المللی مبادلات فرهنگی، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.

نوری شاهرودی، محمدرضا، «هنر دیپلماسی»، روزنامه اعتماد ملی شماره ۹۵، ۸۵/۳/۹، ۱۳۸۵.
والرشتاین، ایمانوئل، سیاست و فرهنگ در نظام متحول جهانی (ژئوپلتیک و ژئوکاچر)، ترجمهٔ پیروز ایزدی، نشر نی، ۱۳۷۷.
وحید، مجید، سیاست‌های یونسکو در زمینه توسعه تنوع فرهنگی و خط‌مشی‌های بخش فرهنگ کشور در قبال آن، مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست خارجی: رویکرد ایرانی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۶.
هادیان، ناصر، «سازه‌انگاری: از روابط بین‌الملل تا سیاست خارجی»، فصلنامه سیاست خارجی، سال هفدهم، شماره ۴ (زمستان)، وزارت امور خارجه، ۱۳۸۲.
هریسون، لارنس و هانتینگتون، ساموئل، اهمیت فرهنگ، ترجمهٔ انجمن توسعه مدیریت ایران، انتشارات امیر کبیر، ۱۳۸۳.
هومن، حیدرعلی، پایه‌های پژوهش در علوم رفتاری، نشر پارسا، ۱۳۶۶.
یحیی ملاح، هاشم، «رابطه تمدن‌ها و آینده بشریت»، مترجم ناصر ضیایی‌نیا، ماهنامه گزارش گفتگو (گوناگونی فرهنگ‌ها)، شماره ۸ (بهمن و اسفند)، مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها، ۱۳۸۲.
یونسکو، فرهنگ و توسعه، رهیافت مردم‌شناختی توسعه، ترجمهٔ فاضلی، تهران، نشر ارشاد، ۱۳۷۶.

پایان نامه‌ها

رضایی، علی‌اکبر، ارائه مدل عملیاتی تبیین مؤلفه‌های تأثیرگذاری فرهنگی کشور بر ابعاد گوناگون سیاست خارجی ج.ا.ا، PH.D دکتری، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد، ۱۳۸۲.
سیدآبادی، ملوک، بررسی تطبیقی عملکرد فرهنگی دو دوره ریاست جمهوری هاشمی و خاتمی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مدیریت فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۴.
شاه حسینی، محمدعلی، بررسی اثر بخشی رشته‌های تحصیلی رایزنان فرهنگی ج.ا. ایران بر مدیریت آنان در کشورهای آفریقایی (۷۳ ـ ۸۲) و ارائه الگوی مناسب برای آینده، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ۱۳۸۳.
لر، مریم، بررسی علل عدم موفقیت فعالیت فرهنگی بین‌المللی در سازمان‌های دولتی موازی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، ۱۳۸۲.
یوسفی، قدرت‌الله، راهبردهای فرهنگی ج.ا. ایران در آسیای مرکزی با رویکردی بر محصولات فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در جمهوری تاجیکستان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱.

منابع انگلیسی

Word conference on cultural politics - mexicocity - 1982 - press unesco -

1982 Weber , Max, The protestant Ethical the spirit of capitalism, New York, Charles scribners sons, 1958

Weber, max, the protestan Ethic and the spirit of capitalism, New York, Charles scribnerssons, 1985

Price R.M. and Reus-Smit, C.(1998) Dangerous Liasons? Critical "International Theory and Constuctivism" European Journal of International relation, 4,3: 256-61

Knutsen, T.L, (1997) A History of International Relations Theory. Manchester and New York: Manchester University press

Lepgold, J. and Nincic, M. (2001) Beyond the Ivory Tower: International Relations theory and the Issue of Policy Relavance, New York: Columbia University press

Byarsm Lioyd L. 1991. Strategic Mangement. US: Harper Gollins Certo, Samuel C. and j. Paul peter. 1990. Strategic Management. Singapor: Mcgraw - Hill

Chandler, Alfred D. 1962, Strategy and Structure, Massachusetts: The MIT press

Dubrin, Anderw, J., R, Duane Ireland, and I, Clifton Williams, 1989. management & organization. Vs: south - western Publishing, Co Piunkett, Warren R. and Rayond F. Attner. 1989. Introduction to Management. Boston: PWS - kent

Quinn James. B. 1999. Strategies for change. In the strategy process: Revised Europan Edition. London: prentice Hall. 5-13

Jauch, Lawrence R. and william. F. Glueck. 1988. Busness policy and Strategic management. Singapore: Mcgraw - Hill Book Company

Stoner, James. A.F, R.Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert, Jr. 1995. Management. US

htt://www.baztab.com/news/50061.php

http://www.harmonytalk.com/id/739

www.icro.ir

www.irancultur.org

www.isna.ir

www.Isesco.org

www.ghadeer.org

http://www.sourehcinema.come/News/Newsviwer.aspx?
138503040...2006/07/18

http://wwwimi/ir/tadbir/tadbir-154/article-154/article heafasp

http://www. dpi.ir/software-services-strategic planning-fa-html

http://daneshnameh.roshd.ir/mavara/mavara-index.php?page=
%d9%81%d8%b1%d9%87...2006/02/11

http://www.shdrifthinktank. com/HTML/strategic planning htm

http://www.hamshahrionline.ir

http://www.eprsoft.com

http://www.irinn.ir

http://www.bashgah.net

http://www.ictfarajoo.com

http://www.ido.ir

www.UNE8CO.org

www.UNEDSCO.logal.org